



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH TERPAAN LIVE SHOPPING PADA
AKUN TIKTOK @aerostreet TERHADAP MINAT
MEMBELI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA ANGAKATAN 2020-
2023**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh

Daffa Ramadhan

NIM : 04040520103

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : Daffa Ramadhan

Nim : 04040520103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **“PENGARUH TERPAAN LIVE SHOPPING PADA AKUN TIKTOK @aerostreet TERHADAP MINAT MEMBELI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPELSURABAYA ANGKATAN 2020-2023”** adalah benar merupakan karya saya sendiri, hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut, diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam karya pustaka.

Apabila disuatu hari terbukti pernyataan ini tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 15 Desemberr 2023

Yang membuat pernyataan



Daffa Ramadhan
NIM. 04040520103

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Daffa Ramadhan

NIM : 04040520103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : “PENGARUH TERPAAN LIVE SHOPPING PADA AKUN TIKTOK @aerostreet TERHADAP MINAT MEMBELI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPELSURABAYA ANGKATAN 2020-2023”

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 15 Desember 2023

Menyetujui Pembimbing,



Imam Maksum, S.Ag., M.Ag

NIP. 197306202006041001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN LIVE SHOPPING PADA
AKUN TIKTOK @aerostreet TERHADAP MINAT
BELI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN
SUNAN AMPEL ANGGKATAN 2020-2023**

SKRIPSI

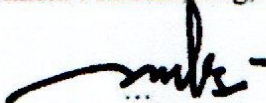
Disusun Oleh
Daffa Ramadhan
04040520103

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam Sarjana Strata
Satu Pada tanggal ..

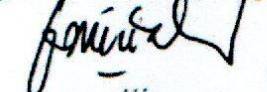
Tim Penguji

Dr. Imam Maksum, S.Ag, M.Ag

Dr. Moch. Chairul Arif, S.Ag, M.Fil.I



...
19730620200604100

Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si


...
197312171998032002

...
197110171998031001

Dr. Fikry Zahria Emeraldien,
S.I.KomMA


...
19890828202022016



Surabaya, 05 Desember 2023

Dekan

Dr. Moch. Chairul Arif, S.Ag, M.Fil.I

NIP. 197110171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Daffa Ramadhan

NIM : 04040520103

Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi

E-mail address : 04040520103@student.uinsby.ac.id

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain

(.....) yang berjudul :

**PENGARUH TERPAAN LIVE SHOPPING PADA AKUN TIKTOK @aerstreet
TERHADAP MINAT MEMBELI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN
AMPEL SURABAYA ANGAKATAN 2020-2023**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Januari 2024

Penulis


Daffa Ramadhan

ABSTRAK

Penelitian ini membahas aplikasi TikTok, yang merupakan aplikasi yang banyak dipakai pada saat ini. Penelitian ini mempunyai dua rumusan masalah, (1) Adakah pengaruh live shopping TikTok pada akun @aerostreet mempengaruhi minat pembelian terhadap konsumen di TikTok Shop pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel dan (2) Seberapa berpengaruh live shopping TikTok terhadap daya tarik pembeli pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan pengaruh live streaming pada akun TikTok @aerostreet terhadap minat beli mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan rumus koefisien korelasi. Hasil penelitian menyatakan nilai r hitung sebesar $0,942 > 0,2133$ r tabel dengan signifikansi 5% terhadap 85 responden, maka hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,942, maka terdapat korelasi antara variabel (X) yaitu pengaruh live shopping pada akun TikTok @aerostreet terhadap variabel (Y) yaitu minat beli pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2020-2023 yang memiliki tingkat korelasi kuat dan bernilai positif.

Daffa Ramadhan, NIM 04040520103, 2023. *Pengaruh Live Shopping Pada Akun TikTok @aerostreet Terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya Angkatan 2020-2023.*

Kata Kunci: TikTok, @aerostreet, live shopping, mahasiswa

ABSTRAK

This study discusses the TikTok application, which is an application that is widely used at this time. This study has two problems, (1) does the influence of live shopping TikTok on the @aerostreet account affect the purchase interest of consumers in the TikTok Shop at UIN Sunan Ampel communication studies students and (2) how influential live shopping TikTok is on buyer attraction at UIN Sunan Ampel Communication Studies students. The purpose of this study was to determine and explain the influence of live streaming on the TikTok account @aerostreet on the buying interest of UIN Sunan Ampel Surabaya students.

This study uses quantitative methods using the correlation coefficient formula. The results stated that the calculated r value of $0.942 > 0.2133$ R table with 5% significance to 85 respondents, then the working hypothesis (H_a) is accepted and the null hypothesis (H_o) is rejected. The correlation coefficient value is 0.942, then there is a correlation between variable (X), namely the influence of live shopping on the TikTok @aerostreet account, and variable (Y), namely buying interest in Communication Science students of UIN Sunan Ampel Surabaya class 2020-2023, which has a strong correlation level and positive value.

Daffa Ramadhan, NIM 04040520103, 2023. The effect of Live Shopping on the TikTok account @aerostreet on buying interest in Communication Science Students of UIN Sunan Ampel Surabaya class 2020-2023.

Keywords: TikTok, @aerostreet, live shopping, student

الملخص

طالب ،

تناقش هذه الدراسة تطبيق تيك توك ، وهو تطبيق يستخدم على نطاق واسع في هذا الوقت. تحتوي هذه الدراسة على مشكلتين ، (1) هل يؤثر تأثير التسوق المباشر على حساب إيكسبريس على اهتمام المستهلكين بالشراء في متجر تيك توك في طلاب دراسات الاتصالات في عين سنن أمبل و (2) مدى تأثير التسوق المباشر على جذب المشتري في طلاب دراسات الاتصالات في عين سنن أمبل. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد وشرح تأثير البث المباشر على حساب تيك توك @aerstreet .

تستخدم هذه الدراسة الأساليب الكمية باستخدام صيغة معامل الارتباط. ذكرت النتائج أن القيمة المحسوبة ص من $0.2133 < 0.942$ ص الجدول مع أهمية 5٪ إلى 85 المستجيبين ، ثم يتم قبول فرضية العمل (ها) ورفض فرضية العدم (هو). قيمة معامل الارتباط هي 0.942 ، ثم هناك علاقة بين المتغير (س) ، أي تأثير التسوق المباشر على حساب تيك توك @إيكسبريس ، والمتغير (ص) ، أي شراء الفائدة في طلاب علوم الاتصال من فئة أوين سنن أمبل سورابايا 2023-2020 ، والتي لديها مستوى ارتباط قوي وقيمة إيجابية.

دفع رمضان، نيم 04040520103, 2023. تأثير التسوق على شراء الفائدة في طلاب @aerstreet المباشر على حساب تيك توك علوم الاتصال من فئة سورابايا سونان أمبل 2023-2020.

مرجع الأزياء ، @aerstreet ، كلمات البحث: تيك توك

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | i |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | iv |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | v |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian | 9 |
| E. Definisi Operasional | 9 |
| F. Sistematika Pembahasan | 15 |
| BAB II | 17 |
| KAJIAN TEORITIK..... | 17 |
| A. Penelitian Terdahulu yang Relevan | 17 |

| | | |
|--|---|-----------|
| B. | Kerangka Teoritik | 20 |
| 1. | Teori Stimulus- Organism-Respon (S-O-R) | 20 |
| 2. | Persepektif Islam..... | 24 |
| C. | Hipotesis | 26 |
| BAB III | | 28 |
| METODE PENELITIAN | | 28 |
| A. | Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian..... | 28 |
| B. | Objek Penelitian..... | 28 |
| C. | Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling..... | 29 |
| D. | Variable dan Indikator Penelitian | 30 |
| E. | Tahap – Tahap Penelitian..... | 32 |
| F. | Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 1. | Data Primer | 35 |
| 2. | Data Sekunder..... | 37 |
| G. | Teknik Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian | 37 |
| 1. | Validitas | 37 |
| 2. | Reliabilitas | 44 |
| H. | Teknik Analisis Data..... | 44 |
| BAB IV | | 47 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 47 |
| A. | Gambaran Umum dan Objek Penelitian | 47 |
| 1. | Sejarah Objek Aplikasi TikTok | 47 |
| 2. | Lokasi Penelitian..... | 49 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Sunan Ampel..... | 51 |
| B. Penyajian Data | 51 |
| 1. Data Responden | 51 |
| 2. Data Skor Penyebaran Angket | 52 |
| 3. Uji Validitas | 53 |
| 4. Uji Reliabilitas | 55 |
| C. Pengujian Hipotesis | 56 |
| 1. Hipotesis Kerja (H.a) | 57 |
| 2. Hipotesis Nihil (H.o)..... | 57 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 62 |
| 1. Perspektif Teoritis | 62 |
| 2. Perspektif Islam | 64 |
| BAB V | 68 |
| PENUTUP..... | 68 |
| A. Kesimpulan | 68 |
| B. Saran dan Rekomendasi | 69 |
| C. Keterbatasan Penelitian..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Tabel Instrumen Penelitian..... | 35 |
| Tabel 3.2 Tabel Instrumen Penelitian..... | 37 |
| Tabel 4.1 Tabel Data Angkatan Responden..... | 51 |
| Tabel 4.2 Hasil uji variabel X..... | 52 |
| Tabel 4.3 Hasil uji variabel Y..... | 53 |
| Tabel 4.4 Hasil uji reliabilitas penelitian..... | 55 |
| Tabel 4.5 Paparan uji normalitas..... | 57 |
| Tabel 4.6 Paparan uji linieritas..... | 58 |
| Tabel 4.7 Paparan uji korelasi..... | 60 |
| Tabel 4.8 Nilai koefisien..... | 61 |



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Buku_Pemasaran_Jasa(Fulltexas).Pdf.” Accessed September 28, 2023. https://repository.um-surabaya.ac.id/3361/12/%2814%29Buku_Pemasaran_Jasa%28fulltexas%29.pdf.
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang.” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 23, 2020): 135–48. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.
- Ahmadi, Mubarak. “Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat” 4 (2020).
- Aribowo, Handy. “Peranan Media Sosial terhadap Kenaikan Nilai Omset Penjualan di ‘Tiktok’ pada Pedagang dengan Cara Live Shopping,” n.d.
- BAB I.Pdf.” Accessed September 27, 2023. <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/6448/2/BAB%20I.pdf>.
- Dalimunthe, Nurmaini, Arabiatul Dawiyah, Faris Nazari, and Khairunsyah Purba. “Evaluasi Website Pemko Pekanbaru Menggunakan Metode Heuristic Evaluation.” *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi* 5, no. 2 (August 15, 2019): 245. <https://doi.org/10.24014/rmsi.v5i2.7538>.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie).” *Khasanah Ilmu - Jurnal*

- Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (March 29, 2021): 65–71.
<https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Fauziah, Fauziah. “Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop ‘Shopee’ Dalam Meningkatkan Penjualan.” *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis* 1, no. 2 (March 24, 2020): 45–53.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.792>.
- Fitri, Nuri Anisa. “Dampak E-Commerce terhadap Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Platform Shopee).” *Jurnal Manajemen* 01, no. 2 (n.d.).
- Fransiska, Vinia, and Sinta Paramita. “Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram.” *Prologia* 4, no. 1 (February 25, 2020): 67. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6435>.
- Hakim, Lukman, and Widiyatmo Eko Putro. “New Media Dalam Membantu Kinerja Humas Pokdarwis Mempromosikan Wisata Alam Dan Budaya Di Ponorogo.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 6, no. 1 (March 9, 2022): 69–85.
<https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3382>.
- Irdiana, Sukma, Kusnanto Darmawan, and Kurniawan Yunus Ariyono. “Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19,” n.d.
- Janti, Suhar. “Analisis Validitas Dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan Si/Ti Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning Pada Industri Garmen,” 2014.
- Kushardiyanti, Dessy. “Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19.” *ORASI*:

- Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 12, no. 1 (July 12, 2021): 97. <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i1.7936>.
- Meilinda, Nurly. "Social Media On Campus: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI." *The Journal of Society & Media* 2, no. 1 (July 30, 2018): 53. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n1.p53-64>.
- Melati, Rima. "Hubungan Dukungan Sosial Suami Dengan Motivasi Dalam Menjaga Kesehatan Selama Kehamilan." *Jurnal Psikologi* 8 (2012).
- Mufidah, Alfi, and Rifa Mufidah. "Aplikasi Tik-Tok dan Instagram sebagai Salah Satu Alternatif dalam Media Pembelajaran IPA" 1 (2021).
- Mumtaz, Zayyan Syafika. "Pengaruh penggunaan aplikasi tik tok sebagai media promosi dan trend glow up terhadap minat beli produk kecantikan." *Jurnal Manajemen* 13 (2021).
- Nugraha, Widi. "Analisa Pengaruh Media Sosial Terhadap Keinginan Pembelian Oleh Konsumen Di Batam Dengan Keterikatan Konsumen Sebagai Mediator Ditinjau Dari Metode Regresi Linear." *Jurnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)* 4, no. 1 (May 5, 2019). <https://doi.org/10.36352/jt-ibsi.v4i1.187>.
- Nurhayati, Esti. "Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 1435 H/2014 M," n.d.

- Oleh, Disusun. “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Pada Akun Tiktok @Nasionp Skripsi,” 2022.
- . “Rbspons Siswa Mtsn 1 Jakarta Terhadap Pemanfaatan Situs Www.Alsofwah.Or.Id,” n.d.
- Putri, Novita Dwi Rahma, and Edy Sudaryanto. “Pengaruh Terpaan Press Release Angka Kematian Akibat Covid-19 Oleh Satgas Terhadap Tingkat Kecemasan Anak Remaja Di Sma N 1 Tarakan.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* 02, no. 03 (2022).
- Rahmat Abidin, Andi, and Mustika Abidin. “Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran.” *al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 2 (December 9, 2021): 74. <https://doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>.
- Rahmatullah, Tansah. “Teknologi Persuasif: Aktor Penting Media Sosial Dalam Mengubah Sikap Dan Perilaku Pengguna.” *Jurnal Soshum Insentif* 4, no. 1 (April 30, 2021): 60–78. <https://doi.org/10.36787/jsi.v4i1.509>.
- Rosita, Rahmi. “Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Gen Z Terhadap Keputusan Membeli Dalam Penggunaan Aplikasi Tik Tok.” *Jurnal Lentera Bisnis* 12, no. 3 (September 11, 2023): 869. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.967>.
- Saffanah, Laila, Putu Wuri Handayani, and Fathia Prinastiti Sunarso. “Actual Purchases on Instagram Live Shopping: The Influence of Live Shopping Engagement and Information

- Technology Affordance.” *Asia Pacific Management Review* 28, no. 2 (June 2023): 204–14. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.09.002>.
- Sakti, Hadi Gunawan. “Pengaruh Media Desain Grafis Berbasis Adobe Photoshop Terhadap Kreativitas Belajar Siswa Kelas X Pada Mata Pelajaran Desain Grafis” 2 (2017).
- “Salsabila Mudzakir _Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop (Studi Kasus Pengguna Media Sosial TikTok Di Jakarta).Pdf.” Accessed December 5, 2023. https://eprints.uinsaizu.ac.id/16281/1/SALSABILA%20MUDZAKIR%20_PENGARUH%20CONTENT%20MARKETING%20DAN%20KEPERCAYAAN%20KONSUMEN%20TERHADAP%20MINAT%20BELI%20PADA%20TIKTOK%20SHOP%20%28Studi%20Kasus%20Pengguna%20Media%20Sosial%20TikTok%20di%20Jakarta%29.pdf.
- Sihombing, E P, G M Sendow, and Y Uhing. “Pengaruh Karakteristik Individu Karakteristik Pekerjaan Dan Self Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pln (Persero) Rayon Manado Selatan,” 2018.
- Sulistiyorini, Ika. “Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Tiktok @Somethincofficial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2019).” Undergraduate, Universitas Muhammadiyah Malang, 2023. <https://doi.org/10/LAMPIRAN.pdf>.

- Sunuantari, Manik, Alma Mandjusri, Imsar Gunawan, and Raihan Muhammad Farhan. "The Attractiveness of TikTok Live Shopping to User Emotional Satisfaction." *Jurnal Komunikasi* 16 (2023).
- Sutin, Narto, and Rahmanda Irawan Rizky. "TikTok Menjadi Trend 2022 di Platform Sosial Media," 2022.
- Talika, Febi Trafena. "Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan," 2016.
- Widjaja, Prielly Natasya Kartini, Linda Lambey, and Stanley Kho Walandouw. "Pengaruh Diskriminasi Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi Mengenai Penggelapan Pajak Di Kota Bitung (Studi Kasus Pada WPOP yang ditemui di KPP Pratama Bitung)." *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI* 12, no. 2 (November 29, 2017). <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.17961.2017>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A