

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PENGALAMAN PELANGGAN DAN
IKLAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR
HONDA SCOOPY
(Survei Pada Pengguna di Kabupaten Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

RISKA CANTIKA PUTRI

20210510337



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PENGALAMAN PELANGGAN DAN
IKLAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR
HONDA SCOOPY
(SURVEI PADA PENGGUNA DI KABUPATEN KUNINGAN)**

Oleh :

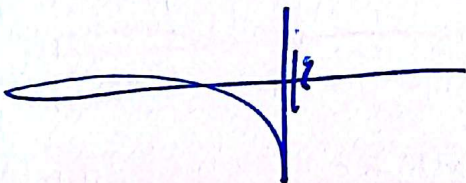
RISKA CANTIKA PUTRI

20210510337

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 1 Oktober 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

Penguji I



Dr. Hj. Lili Karmela F., S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji II



Dr. H. Ilham Akbar, S.E., M. S.i
NIK. 410104700197

Penguji III



Januar Habibi Mahsyar, S.E, M.M.
NIK. 41010910251

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH INOVASI PRODUK, PENGALAMAN PELANGGAN DAN
IKLAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SEPEDA MOTOR
HONDA SCOOPY
(SURVEI PADA PENGGUNA DI KABUPATEN KUNINGAN)

Disusun Oleh :

RISKA CANTIKA PUTRI
NIM. 20210510337

DISETUJUI OLEH :

Kuningan, Oktober 2025

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 19620508198731003

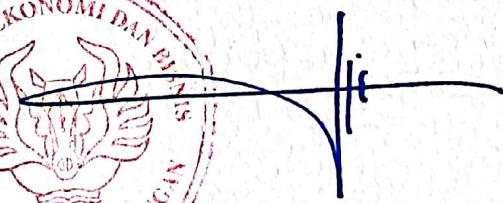


Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.
NIK. 41010910251

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy.
NIK. 41038091296

MOTTO

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”

Baskara Putra – Hindia

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan cinta, karya sederhana ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas setiap langkah, perjuangan, dan pembelajaran yang telah saya lewati. Untuk orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih tanpa syarat, terima kasih atas segala pengorbanan, cinta yang tak terhingga, serta kepercayaan yang tak pernah goyah. Untuk kakak dan adik yang senantiasa hadir memberikan semangat, tawa, dan kehangatan di setiap perjalanan kalian adalah rumah yang selalu saya rindukan. Tanpa cinta, pengorbanan, dan dukungan kalian, saya tak akan mampu sampai di titik ini. Semoga karya ini menjadi bukti kecil dari besarnya rasa terima kasih dan cinta saya untuk kalian.

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Pengalaman Pelanggan dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy (Survei Pada Pengguna di Kabupaten Kuningan) ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, September 2025

Yang membuat pernyataan



Riska Cantika Putri

NIM. 20210510337

ABSTRAK

Riska Cantika Putri. 20210510337. Pengaruh Inovasi Produk, Pengalaman Pelanggan Dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy (Survei Pada Pengguna di Kabupaten Kuningan). Dibimbing oleh : Dr. H. Iskandar, M.M dan Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, pengalaman pelanggan, dan iklan terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kuningan, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kuningan, dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* (*convenience sampling*), yaitu berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan dalam memperoleh responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*, dengan pengukuran menggunakan skala interval. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi *SPSS* versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel inovasi produk, pengalaman pelanggan, dan iklan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, masing-masing variabel yaitu inovasi produk, pengalaman pelanggan, dan iklan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Inovasi Produk, Pengalaman Pelanggan, Iklan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Riska Cantika Putri. 20210510337. The Effect of Product Innovation, Customer Experience and Advertising on Honda Scoopy Motorcycle Customer Satisfaction (Survey of Users in Kuningan Regency). Supervised by: Dr. H. Iskandar, M.M and Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of product innovation, customer experience, and advertising on the satisfaction of Honda Scoopy motorcycle customers in Kuningan Regency, both partially and simultaneously. The research method used is a survey method with a quantitative approach. The population in this study was Honda Scoopy motorcycle users in Kuningan Regency, with a nonprobability sampling technique (convenience sampling), which was based on the availability of elements and ease in obtaining respondents. The number of samples in this study was 150 respondents. The data collection technique was conducted through an online questionnaire using Google Form, with measurements using an interval scale. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The results showed that simultaneously, the variables of product innovation, customer experience, and advertising had a significant effect on customer satisfaction. Partially, each variable, namely product innovation, customer experience, and advertising, also had a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Product Innovation, Customer Experience, Advertising, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan limpahan Rahmat, karunia serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarganya, Sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillah, atas segala rahmat dan pertolongannya, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Pengalaman Pelanggan dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy (Survei Pada Pengguna di Kabupaten Kuningan)” Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini sampai selesai.

Maka dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. H. Iskandar, M.M dan Bapak Januar Habibi Mahsyar S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian proposal penelitian ini. Penulis sangat berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih.

Kuningan, September 2025

Peneliti

Riska Cantika Putri

NIM. 20210510337

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT. Berkat Rahmat dan berkah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis sendiri, melainkan bantuan tulus dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Iskandar, M.M selaku dosen pembimbing 1, yang telah memberikan arahan serta merestui dan memberikan petunjuk kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Januar Habibi Mahsyar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2, yang memberikan secara penuh kesabaran dan memberikan semangat agar skripsi ini selesai tepat waktu.
3. Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
4. Enung Nurhayanti, S.E., AK., M.Si.CA selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani., S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Untuk Ayah, meskipun penulis tak pernah memiliki kesempatan untuk mengenalmu secara langsung atau merasakan hangatnya pelukanmu, kasih sayangmu tetap hadir dan hidup dalam diri penulis melalui cerita, kenangan, dan doa yang selalu mengiringi. Terima kasih telah menjadi bagian dari hidup ini, meski hanya sebentar.
8. Ibu Iin Sarinah tercinta, pahlawan sejati dalam hidup penulis, terima kasih atas segala doa, semangat, dan cinta tanpa batas yang tak pernah berhenti mengalir. Ibu adalah sumber kekuatan dan inspirasi terbesar yang selalu membuat penulis mampu bertahan dan terus melangkah.
9. Kakakku, Linda Widiana Putri, S.Pd., terima kasih atas semua dukungan, baik moril maupun materil yang telah diberikan. Semangatmu menjadi salah satu motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga semua

kebaikanmu dibalas dengan yang terbaik. Untuk adikku Akhdan Fadilah yang kadang menyebalkan tapi tetap penulis sayangi, seperti Nina-Feast “Jadi lebih baik dibanding diriku.”

10. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan penulis: Vika Aulia, Rika Triwulan Fika, Tria Afrianty, Fitiya Dartina dan teman-teman Manajemen 9i terimakasih yang tulus atas segala kebersamaan, dukungan, dan semangat sepanjang proses penyusunan skripsi ini dan menjadi penguat di saat-saat sulit.
11. Sobat Ambyar KKN, Vika, Sopwa, Listiana, Leni, Dewi, dan semua anggota Kelompok 15 yang sudah kebersamaian penulis hingga saat ini. Semoga tali persahabatan ini terus terjaga, sampai kapan pun. Seperti yang sering penulis katakan “Aku suka Nagarajaya yang ada kaliannya”.
12. Sahabat dari lahir “Geng Trip” Isnii Septiani, Haerunnisa, Lilis Kholisah dan Intan Purnamasari yang telah menjadi sahabat penulis untuk mengunjungi berbagai tempat baru, tempat-tempat viral dan berbagai lokasi wisata. Semoga *next trip* semakin seru dan berkesan.
13. Sahabat-sahabat SMA, para calon ibu guru: Auliya, Atria, Elza, serta Nasywa, si calon akuntan public, terimakasih atas setiap doa, semangat, dan dukungan yang kalian berikan selama ini. Semoga setiap langkah yang kita ambil setelah ini selalu diberkahi, dan apa pun jalan yang kita pilih, kita bisa menjadi versi terbaik dari diri kita masing-masing.
14. Sepupuku, Nurlaeli, S.Pd., atas segala bantuan dan kebersamaannya selama proses perkuliahan. Terimakasih telah dengan sabar dan ikhlas mendampingi, mengantar, serta memberikan semangat di saat-saat sulit.
15. Alfin Arlian Ramadhiansyah, yang selalu menemani hari-hari penulis dengan penuh kesabaran, memberikan semangat yang tak pernah padam, dan siap sedia kapan saja untuk mendukung penulis. Terimakasih telah menjadi sosok yang selalu ada, terimakasih telah menjadi tempat bersandar, memberikan dorongan tanpa henti, serta selalu hadir dengan kehangatan yang membuat setiap langkah terasa lebih ringan. Dukungan dan kesabaran yang diberikan telah menjadi penyemangat di setiap perjalanan penulis.

16. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Riska Cantika Putri. Terimakasih ris sudah bertahan sejauh ini, sudah berhasil menyelesaikan apa yang telah dimulai, dan selalu berani mencoba hal-hal baru. Walaupun dalam perjalanan sering sekali mengeluh, ingin menyerah dan putus asa atas beberapa usaha yang tidak sebanding dengan hasilnya, namun terimakasih telah menjadi manusia kuat yang selalu bisa mengandalkan diri sendiri. Kamu hebat dengan seluruh perjuangan yang telah kamu lalui, baik itu senang, sedih, berhasil, maupun gagal. Berbahagialah dimanapun kamu berada ris. Apapun kurang dan lebihnya mari merayakan diri sendiri.

Kuningan, September 2025
Peneliti

Riska Cantika Putri
NIM. 20210510337

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	14
2.1 Manajemen Pemasaran	14
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Kepuasan Pelanggan	16
2.2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2.2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	18
2.2.1.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	19
2.2.1.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.2.2 Inovasi Produk	22

2.2.2.1	Pengertian Inovasi Produk	22
2.2.2.2	Konsep Inovasi	24
2.2.2.3	Ciri-Ciri Inovasi	24
2.2.2.4	Jenis-jenis Inovasi Produk	24
2.2.2.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk	25
2.2.2.6	Dimensi Inovasi Produk.....	26
2.2.2.7	Indikator Inovasi Produk	28
2.2.3	Pengalaman Pelanggan	29
2.2.3.1	Pengertian pengalaman pelanggan.....	29
2.2.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengalaman Pelanggan	30
2.2.3.3	Dimensi Pengalaman Pelanggan.....	31
2.2.3.4	Indikator Pengalaman Pelanggan.....	32
2.2.4	Iklan	33
2.2.4.1	Pengertian Iklan	33
2.2.4.2	Tujuan Iklan.....	34
2.2.4.3	Jenis Iklan	34
2.2.4.4	Fungsi Iklan	35
2.2.4.5	Dimensi Iklan.....	36
2.2.4.6	Indikator Iklan.....	36
2.2.5	Penelitian Terdahulu	37
2.2.6	Hubungan Antar Variabel	45
2.2.6.1.	Hubungan Inovasi Produk dengan Kepuasan Pelanggan	45
2.2.6.2.	Hubungan Pengalaman Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan	46
2.2.6.3.	Hubungan Iklan dengan Kepuasan Pelanggan.....	46
2.3	Kerangka Berpikir	48
2.4	Hipotesis.....	49
BAB III	METODE PENELITIAN.....	51
3.1	Metode Penelitian.....	51

3.2	Operasionalisasi Variabel.....	52
3.3	Populasi Dan Sampel Penelitian	55
3.3.1	Populasi.....	55
3.3.2	Sampel.....	55
3.4	Jenis dan Sumber Data	56
3.4.1	Jenis Data	56
3.4.2	Sumber Data.....	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6	Uji Instrumen.....	58
3.6.1	Uji Validitas	58
3.6.2	Uji Reliabilitas	62
3.7	Teknik Analisis Data.....	63
3.7.1	Analisis Deskriptif	63
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	66
3.7.2.2	Uji Multikolinieritas	66
3.7.3	Analisis Regresi Berganda	66
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	67
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	68
3.7.5.1.	Uji F (Uji Simultan).....	68
3.7.5.2	Uji t (Uji Parsial).....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Hasil Penelitian	70
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.1.1.1	Sejarah Singkat PT Astra Honda Motor (AHM)	71
4.1.1.2	Visi dan Misi PT Astra Honda Motor (AHM).....	72
4.1.2	Gambaran Umum Karakteristik Responden	73
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia....	74

4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Alamat	74
4.1.3	Analisis Deskriptif	76
4.1.3.1	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y)	76
4.1.3.2	Analisis Deskriptif Inovasi Produk (X1)	78
4.1.3.3	Analisis Deskriptif Pengalaman Pelanggan (X2) ...	80
4.1.3.4	Analisis Deskriptif Iklan (X3)	82
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.1.4.1	Uji Normalitas.....	85
4.1.4.2	Uji Multikolinieritas	86
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.1.5.1	Uji Model Regresi & Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
4.1.5.2	Persamaan Regresi Linear Berganda & Uji Signifikansi Parsial.....	89
4.2	Pembahasan.....	91
4.2.1	Pengaruh Inovasi Produk, Pengalaman Pelanggan dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
4.2.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan....	92
4.2.3	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	93
4.2.4	Pengaruh Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Honda Scoopy Pada Tahun 2019-2023.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Interval	58
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X1)	59
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Pelanggan (X2)	60
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X3)	61
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	61
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 3.8 Skala Semantik Diferensial.....	64
Tabel 3.9 Kategori Skala Semantic Differential	64
Tabel 4.1 Deskriptif Statistik Kepuasan Pelanggan (Y)	76
Tabel 4.2 Deskriptif Statistik Inovasi Produk (X1)	78
Tabel 4.3 Deskriptif Statistik Pengalaman Pelanggan (X2).....	80
Tabel 4.4 Deskriptif Statistik Iklan (X3).....	83
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	87
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji t)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra-Survei Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy	6
Gambar 1.2 Hasil Pra-Survei Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy	7
Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy	8
Gambar 1.4 Hasil Pra-Survei Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Honda Scoopy	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	49
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	74
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Alamat	75
Gambar 4.4 Kedudukan Variabel Y dalam kriteria	77
Gambar 4.5 Kedudukan Variabel X1 dalam kriteria	79
Gambar 4.6 Kedudukan Variabel X2 dalam kriteria	82
Gambar 4.7 Kedudukan Variabel X3 dalam kriteria	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
Berita Acara Bimbingan Skripsi
Transkrip Aktivitas Kemahasiswaan (TAK)
- Lampiran II : Surat Pengantar Kuesioner
Kuesioner
- Lampiran III : Data Primer Hasil Perhitungan Kuesioner
- Lampiran IV : Output Hasil Perhitungan SPSS versi 25.0
- Lampiran V : Tabel F (taraf signifikansi 0,05)
Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Tabel r (taraf signifikansi 0,05)
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup