

DAFTAR PUSTAKA

- Asri, D. 2019. *Analisis Determinan Permintaan Produk Kosmetik di Kota Padang*. Skripsi tidak diterbitkan. Padang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
- Baker, M.J., & Saren, M. 2010. *Marketing Theory*. New York: Prentice Hall.
- Benu, F.L., & Benu, A. S. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, administrasi, Pertanian, dan Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Boediono. 1982. *Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Dian, M. 2017. 7 Langkah Perawatan Wajah Perempuan Jepang untuk Kulit Selembut Mochi. Fimela. (Online). (<https://www.fimela.com/beauty-health/read/3518669/7-langkah-perawatan-wajah-perempuan-jepang-untuk-kulit-selembut-mochi>, diakses 22 Oktober 2019).
- Duncan, T. 2002. *Principles of Advertising & IMC, 2nd edition*. New York: McGraw-Hill.
- Edyansyah, T. 2018. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek Oleh Konsumen Pada Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Manajemen & Inovasi*, Vol. 9. No. 1.
- Habibah, U., & Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 1. No. 1.
- Henderson, J. V., & Poole, W. 1991. *Principles of Microeconomics*. Lexington: D.C. Health and Company.
- Irani, F. H., & Noruzi, M. R. 2011. Globalization and Challenges: What are the globalization's contemporary issues?. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1, No. 6.
- Julianingtias, Y., et al. 2016. Analisis Perbandingan Produk Merek Global dan Merek Lokal Terkait Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 37, No. 2.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. 2006. *Marketing Communication- Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Kılıçarslan, Z., & Dumrul, Y. 2018. The Impact of Globalization on Economic Growth: Empirical Evidence from the Turkey: *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 8, No. 5.

- Kusdiyanto. 2005. Analisis Pengaruh Gaya Hidup Wanita Modern Terhadap Permintaan Konsumsi Kosmetik Di Kota Surakarta. *Benefit*, Vol. 9, No. 1.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Marketing Manajemen*. New Jersey. Prentice Hall.
- Kurtz, D. L., & Clow, K. E. 1998. *Service Marketing*. New York: John Wiley & Sons.
- Lipsey, G. R., et al. 1995. *Pengantar Mikroekonomi Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Lutfiah U., et al. 2015. Pengaruh Jumlah Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *JPE*, Vol. 8, No. 1.
- Mahendra, M.M., & Sri Ardani, I.G.A.K. Pengaruh Umur, Pendidikan, Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik *The Body Shop* di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No. 2.
- Mankiw, N., G. 2008. *Principles of Microeconomics*. South Western: Cengage Learning.
- Marteniawati, R. 2012. *Mental Accounting dalam Pengelolaan Uang Saku pada Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana*. Salatiga: Universitas Satya Wacana.
- Paramitha, T., & Hasibuan, L. 2017. Mengapa Kosmetik Korea di Indonesia Harganya Mahal?. *Viva. (Online)*. (<https://www.viva.co.id/gaya-hidup/gaya/885330-mengapa-kosmetik-korea-di-indonesia-harganya-mahal>, diakses 9 Oktober 2019).
- Perreault, W. D., et al. 2017. *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach, Fifteenth Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Pertiwi, S., Fauziah, E. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Barang Pangan dan Sandang Pada Perusahaan Ritel X Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, Vol. 4, No. 1.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. 2013. *Microeconomics Eight Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Proctor, Tony. 2000. *Marketing Strategic*. New York: Routledge.
- Rahardja, P., & Manurung, M. 2001. *Teori Ekonomi Makro Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Salvatore, D. 2006. *Mikroekonomi Edisi empat*. New York: McGraw-Hill.

- Sangadji, E. M., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sastradipoera, K. 2003. *Menejemen Marketing: Suatu Pendekatan Ramuan Marketing*. Bandung: Kappa-Sigma.
- Sastro, D. E. 2012. Demand Analysis of Cosmetic Products in Sari Ayu Martha Tilaar Pekanbaru. *Jom FEKON*.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. 2010. *Economics*. New York: McGraw-Hill.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business: A Skills Building Approach*. United States: John Wiley & Sons.
- Siahaan, A. M. 2015. Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame di Kota Pekanbaru. *Jom FEKON*, Vol 2, No. 2.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandar, D.A. Faktor Promosi dan Harga terhadap Minat Beli pada Mahasiswa Indonesia dalam Pembelian Produk Kosmetik Korea "Etude House" (Studi Kasus pada Mahasiswa Indonesia Universitas Youngsan Busan, Korea Selatan). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia*.
- Sukirno, S. 2006. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Swasatha, B. & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tohar, M. 2003. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wahyudi, A. Y. H. 2017. *Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Darma.
- Whelan, J., & Msefer, K. 1996. *Economic Supply and Demand*. Amerika: MIT.
- Widianti, Nisita. 2019. G-Beauty, Tren Skin Care Asal Jerman Yang Fokus Pada Efisiensi Produk. *Soco Beauty Journal*. (Online). (<https://www.soco.id/post/beauty/5cd3dddea0acd6000769404f/g-beauty>), diakses 22 October 2019.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

Judul Penelitian

**ANALISIS PERMINTAAN PRODUK PERAWATAN KULIT BAGI
MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin)

MUH. KIFLI FATHAHILLAH

Assalamualaikum wr. wb.

Perkenalkan saya Muh. Kifli Fathahillah mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Angkatan 2016. Saat ini saya sedang dalam proses mengerjakan tugas akhir skripsi dengan tema "Analisis Permintaan Produk Perawatan Kulit bagi Mahasiswa di Kota Makassar (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Hasanuddin)". Untuk itu, kesediaan anda sebagai responden dalam meluangkan waktu dan ikut andil didalamnya memiliki peran yang sangat penting dalam penelitian ini.

Penelitian ini tidak akan menimbulkan akibat yang merugikan bagi responden. semua data yang anda cantumkan dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan semata-mata hanya untuk penelitian ini.

Terima Kasih.

KUESIONER

No. Responden :
INFORMASI RESPONDEN

1. Nama :
2. Email :
3. Usia :
4. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
5. Fakultas :

PERTANYAAN

1. Berapa total produk yang anda gunakan?
Jawaban: 1 2 3 4 5 (.....)
2. Jenis produk perawatan kulit apa saja yang sedang anda gunakan? (Dapat memilih lebih dari 1)

- Jawaban: Sabun Wajah Essence/ Esensi
 Pembersih Wajah Scrub
 Toner Masker
 Serum Tabir Surya
 Ampoule/ Ampul Lainnya(.....)
3. Berasal dari mana produk yang anda gunakan?
 Jawaban: Lokal
 Luar Negeri
 Lokal & Luar Negeri
4. Tuliskan masing-merek produk yang anda gunakan sesuai dengan pertanyaan pertama dan kedua!
 Jawaban:
5. Dimanakah anda membeli produk-produk berikut?
 Jawaban: Di toko/gerai/cabang merek itu sendiri
 Di toko obat Drugstore
 Pembelian secara online
6. Berapa rata-rata uang saku anda perbulan?
 Jawaban:
7. Berapa harga total produk-produk yang anda gunakan?
 Jawaban:
8. Apakah harga dari produk-produk tersebut terbilang mahal bagi anda?
9. Jawaban: Ya
 Tidak
10. Berikan alasannya!
 Jawaban:
11. Dari harga tersebut, apakah setara dengan manfaat yang didapatkan?
12. Jawaban: Ya
 Tidak
13. Berikan alasannya!
 Jawaban:
14. Jika produk-produk tersebut mengalami kenaikan harga, apakah anda akan tetap membeli produk-produk tersebut? (dengan kondisi uang saku anda tetap)
15. Jawaban: Ya
 Tidak
16. Berikan alasannya!
 Jawaban:
17. Jika uang saku anda mengalami kenaikan, apakah anda akan membeli produk diluar produk yang anda gunakan?
18. Jawaban: Ya
 Tidak
19. Darimana anda mengetahui produk itu, sehingga anda membelinya?
 Jawaban: Dari iklan (Sosial media, Televisi, dan lainnya)
 Dari mulut ke mulut

Lampiran 2: Data Hasil Kuesioner

NO	Uang Saku X1	Harga X2	Promosi X3	Permintaan Produk Perawatan Kulit Y
1	1.200.000	300.000	0	8
2	1.500.000	180.000	1	4
3	2.000.000	250.000	1	8
4	800.000	60.000	1	4
5	800.000	200.000	0	7
6	500.000	200.000	0	6
7	900.000	300.000	0	11
8	1.000.000	200.000	1	4
9	600.000	100.000	0	6
10	1.300.000	100.000	0	5
11	500.000	120.000	1	8
12	700.000	50.000	0	5
13	500.000	30.000	0	2
14	1.000.000	170.000	1	3
15	1.200.000	500.000	0	7
16	1.600.000	300.000	0	8
17	1.000.000	200.000	0	8
18	400.000	50.000	0	5
19	1.000.000	100.000	0	7
20	600.000	365.000	0	2
21	1.500.000	300.000	0	9
22	1.500.000	700.000	0	11
23	2.000.000	700.000	1	9
24	1.000.000	50.000	1	3
25	650.000	400.000	0	5
26	1.500.000	700.000	0	11
27	500.000	250.000	0	8
28	700.000	400.000	1	5
29	1.500.000	350.000	0	5
30	1.500.000	200.000	0	4
31	850.000	300.000	0	8
32	600.000	100.000	0	3
33	500.000	300.000	0	8
34	700.000	600.000	0	4
35	1.200.000	400.000	0	7
36	600.000	100.000	0	4
37	1.900.000	400.000	0	9

38	1.000.000	200.000	1	3
39	700.000	50.000	0	2
40	1.700.000	200.000	1	1
41	800.000	200.000	0	6
42	1.000.000	150.000	0	5
43	500.000	100.000	1	3
44	500.000	250.000	0	5
45	1.800.000	120.000	0	12
46	500.000	85.000	0	5
47	1.000.000	300.000	0	6
48	1.500.000	300.000	0	10
49	1.000.000	60.000	0	2
50	1.000.000	380.000	0	5
51	150.000	60.000	1	2
52	500.000	250.000	1	5
53	500.000	350.000	0	4
54	800.000	500.000	0	10
55	900.000	350.000	1	4
56	500.000	350.000	0	6
57	1.000.000	350.000	0	9
58	800.000	600.000	0	8
59	750.000	400.000	0	9
60	1.200.000	500.000	0	11
61	800.000	350.000	0	6
62	700.000	200.000	1	3
63	700.000	175.000	1	5
64	1.500.000	300.000	0	9
65	1.800.000	700.000	0	5
66	500.000	60.000	1	1
67	2.000.000	500.000	0	12
68	1.000.000	450.000	0	5
69	900.000	100.000	1	3
70	1.200.000	150.000	1	3
71	1.000.000	300.000	0	3
72	1.000.000	280.000	1	6
73	1.800.000	300.000	1	3
74	1.000.000	200.000	1	5
75	1.000.000	150.000	0	4
76	750.000	150.000	0	4
77	1.000.000	400.000	1	4
78	500.000	60.000	1	1
79	1.000.000	350.000	0	6

80	1.500.000	450.000	0	5
81	1.000.000	80.000	1	2
82	1.000.000	300.000	1	4
83	1.500.000	500.000	1	7
84	1.500.000	560.000	1	4
85	1.600.000	300.000	1	3
86	1.500.000	750.000	1	5
87	1.500.000	450.000	1	5
88	1.400.000	800.000	1	6
89	1.500.000	500.000	1	4
90	500.000	100.000	0	3
91	1.000.000	100.000	0	3
92	500.000	65.000	0	2
93	500.000	50.000	0	3
94	1.500.000	500.000	0	10
95	1.500.000	200.000	1	5
96	1.600.000	400.000	0	6
97	1.300.000	180.000	0	4
98	700.000	200.000	1	3
99	1.400.000	500.000	1	5
100	1.800.000	700.000	1	9

Lampiran 3: Data Hasil Logaritma Natural (Ln)

NO	LnX1	LnX2	X3	Y
1	14,00	12,61	0	8
2	14,22	12,10	1	4
3	14,51	12,43	1	8
4	13,59	11,00	1	4
5	13,59	12,21	0	7
6	13,12	12,21	0	6
7	13,71	12,61	0	11
8	13,82	12,21	1	4
9	13,30	11,51	0	6
10	14,08	11,51	0	5
11	13,12	11,70	1	8
12	13,46	10,82	0	5
13	13,12	10,31	0	2
14	13,82	12,04	1	3
15	14,00	13,12	0	7
16	14,29	12,61	0	8
17	13,82	12,21	0	8
18	12,90	10,82	0	5
19	13,82	11,51	0	7
20	13,30	12,81	0	2
21	14,22	12,61	0	9
22	14,22	13,46	0	11
23	14,51	13,46	1	9
24	13,82	10,82	1	3
25	13,38	12,90	0	5
26	14,22	13,46	0	11
27	13,12	12,43	0	8
28	13,46	12,90	1	5
29	14,22	12,77	0	5
30	14,22	12,21	0	4
31	13,65	12,61	0	8
32	13,30	11,51	0	3
33	13,12	12,61	0	8
34	13,46	13,30	0	4
35	14,00	12,90	0	7
36	13,30	11,51	0	4
37	14,46	12,90	0	9
38	13,82	12,21	1	3
39	13,46	10,82	0	2
40	14,35	12,21	1	1
41	13,59	12,21	0	6

42	13,82	11,92	0	5
43	13,12	11,51	1	3
44	13,12	12,43	0	5
45	14,40	11,70	0	12
46	13,12	11,35	0	5
47	13,82	12,61	0	6
48	14,22	12,61	0	10
49	13,82	11,00	0	2
50	13,82	12,85	0	5
51	11,92	11,00	1	2
52	13,12	12,43	1	5
53	13,12	12,77	0	4
54	13,59	13,12	0	10
55	13,71	12,77	1	4
56	13,12	12,77	0	6
57	13,82	12,77	0	9
58	13,59	13,30	0	8
59	13,53	12,90	0	9
60	14,00	13,12	0	11
61	13,59	12,77	0	6
62	13,46	12,21	1	3
63	13,46	12,07	1	5
64	14,22	12,61	0	9
65	14,40	13,46	0	5
66	13,12	11,00	1	1
67	14,51	13,12	0	12
68	13,82	13,02	0	5
69	13,71	11,51	1	3
70	14,00	11,92	1	3
71	13,82	12,61	0	3
72	13,82	12,54	1	6
73	14,40	12,61	1	3
74	13,82	12,21	1	5
75	13,82	11,92	0	4
76	13,53	11,92	0	4
77	13,82	12,90	1	4
78	13,12	11,00	1	1
79	13,82	12,77	0	6
80	14,22	13,02	0	5
81	13,82	11,29	1	2
82	13,82	12,61	1	4
83	14,22	13,12	1	7
84	14,22	13,24	1	4
85	14,29	12,61	1	3

86	14,22	13,53	1	5
87	14,22	13,02	1	5
88	14,15	13,59	1	6
89	14,22	13,12	1	4
90	13,12	11,51	0	3
91	13,82	11,51	0	3
92	13,12	11,08	0	2
93	13,12	10,82	0	3
94	14,22	13,12	0	10
95	14,22	12,21	1	5
96	14,29	12,90	0	6
97	14,08	12,10	0	4
98	13,46	12,21	1	3
99	14,15	13,12	1	5
100	14,40	13,46	1	9

Lampiran 4: Jumlah Produk Berdasarkan Negara dan Merek yang Paling Banyak Digunakan

Jumlah Produk berdasarkan Asal Negara

Asal Negara	Jumlah Produk
Afrika	1
Amerika	64
Arab	1
China	3
Eropa	97
Filipina	2
India	8
Indonesia	194
Japan	35
Korea	140
Malaysia	3
Singapura	2
Total	550

Jumlah Produk berdasarkan Merek

NO	Merek Produk	Jumlah Produk
1	Clean & Clear	3
2	Garnier	56
3	Nature Republic	17
4	Laneigne	10
5	St.Ives	19
6	Cosrx	38
7	Himalaya	6
8	Emina	33
9	Nivea	13
10	Viva	22
11	Sariayu	4
12	Wardah	72
13	Body Shop	7
14	Senka	4
15	Hatomugi	4
16	The Ordinary	6
17	Mediheal	2
18	Hanasui	3
19	Skinaqua	7
20	Koji San	2
21	Pixi	2
22	Some By Mi	34
23	Bio Essence	2

24	Safi	3
25	Sometinc	2
26	Loreal	13
27	Freeman	7
28	Cethapil	5
29	Lush	1
30	Aztec	1
31	Vienna	1
32	Ponds	10
33	Biore	8
34	Innisfree	18
35	Olay	1
36	Nacific	6
37	Acnes	8
38	Benton	2
39	Hadalabo	11
40	Saturdaylooks	2
41	Crushlicious	2
42	Erha	5
43	Elseskin	4
44	Bioderma	3
45	Skin1004	2
46	Mustika Ratu	3
47	Purbasari	1
48	Msglow	3
49	Yalcoll	1
50	Oriflame	4
51	Kleveru	1
52	The Saem	2
53	Phisohex	1
54	Maison De Nature	1
55	Fair N Lovely	2
56	Macora	1
57	Jafra	2
58	Pyunkang Yul	1
59	Avoskin	1
60	Muddybuddy	1
61	Celebon	1
62	Navagreen	5
63	Pyari	1
64	Ariul	2
65	Aira	5

66	Son & Park	1
67	Rorec	2
68	Madame Gie	1
69	Sisca Chic	1
70	Sensatia Botanicals	1
71	Thayers	1
72	Sk-li	1
73	Alca Care	2
74	Mahira Beauty	2
75	Bioaqua	1
76	Inez	1
77	Citra	1
78	Ovale	5
79	Nuskin	2
80	Aqua+	1
81	Etude House	2
82	April Skin	1
83	Ertos	1
84	Skinfood	2
85	Verile	1
TOTAL		550

Lampiran 5: Hasil Regresi

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2 X3.

```

Regression

		Notes
Output Created		07-SEP-2020 21:06:26
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3.
Resources	Processor Time	00:00:00.05
	Elapsed Time	00:00:00.09
	Memory Required	1948 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.410	2.04411

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.873	3	99.958	23.922	.000 ^b
	Residual	401.127	96	4.178		
	Total	701.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-26.024	6.034		-4.313	.000
	X1	1.066	.522	.188	2.042	.044
	X2	1.432	.314	.418	4.554	.000
	X3	-2.067	.424	-.379	-4.872	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6: Biodata**BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Muh. Kifli Fathahillah
Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 10 Juli 1997
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Kompleks Puri Taman Sari
Telepon/HP : 082187077164
Alamat E-mail : kiflifath@yahoo.com

Riwayat Pendidikan**Pendidikan Formal**

- | | |
|---|-------------------|
| 1. SD UNGGULAN PURI TAMAN SARI | Tahun 2003 - 2009 |
| 2. SMP NEGERI 33 MAKASSAR | Tahun 2009 - 2012 |
| 3. SMK NEGERI 10 MAKASSAR | Tahun 2012 - 2015 |
| 4. S1 Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar | Tahun 2016 - 2020 |

Pendidikan Non Formal

1. Basic Character Study Skill (BCSS) Universitas Hasanuddin
2. Unit Kegiatan Mahasiswa Paduan Suara Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Makassar, 1 Desember 2020

Muh. Kifli Fathahillah