



PENGARUH PEMANFAATAN DIGITAL TERHADAP PERFORMA PEMASARAN AGEN PROPERTI DI BRIGHTON REAL ESTATE HARMONY DEPOK

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Anindya Rasya Salsabila

NIM : 2210411156



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Anindya Rasya Salsabila

NIM : 2210411156

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(Anindya Rasya Salsabila)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTING AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindya Rasya Salsabila
NIM : 2210411156
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

(PENGARUH PEMANFAATAN DIGITAL TERHADAP PERFORMA PEMASARAN AGEN PROPERTI DI BRIGHTON REAL ESTATE HARMONY DEPOK)

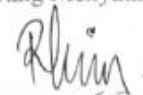
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di: Jakarta, 22 Juni 2026

Pada Tanggal: Senin, 22 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(Anindya Rasya Salsabila)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anindya Rasya Salsabila

NIM : 2210411156

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Pemanfaatan Digital terhadap Performa Pemasaran
Agen Properti di Brighton Real Estate Harmony Depok

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

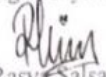
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di. Jakarta, 22 Juni 2026

Pada Tanggal: Senin, 22 Juni 2026

Yang Menyatakan,


(Anindya Rasya Salsabila)

**PENGARUH PEMANAATAN DIGITAL TERHADAP PERFORMA
PEMASARAN AGEN PROPERTI DI BRIGHTON REAL ESTATE
HARMONY DEPOK**

ANINDYA RASYA SALSABILA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan digital terhadap performa pemasaran agen properti di Brighton Harmony Depok. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam aktivitas pemasaran properti, sehingga pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung peningkatan performa pemasaran agen properti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dan metode survei. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 160 agen properti di Brighton Harmony Depok. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 114 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* berdasarkan kelompok generasi, yaitu Baby Boomer, Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap performa pemasaran agen properti di Brighton Harmony Depok. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 9,579, sehingga hipotesis penelitian diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,820 menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan bersifat positif, sedangkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,450 menunjukkan bahwa pemanfaatan digital mampu menjelaskan performa pemasaran sebesar 45,0%, sementara 55,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Pada variabel pemanfaatan digital, dimensi dengan skor rata-rata tertinggi adalah *Task-Technology Fit* sebesar 3,56, sedangkan dimensi dengan skor rata-rata terendah adalah *Performance Support* sebesar 3,44. Pada variabel performa pemasaran, dimensi dengan skor rata-rata tertinggi adalah efisiensi kerja sebesar 3,33, sedangkan dimensi dengan skor rata-rata terendah adalah kualitas keputusan sebesar 3,19. Berdasarkan kelompok generasi, Generasi Z memperoleh rata-rata skor tertinggi pada variabel pemanfaatan digital sebesar 3,64 dan performa pemasaran sebesar 3,63, sedangkan Baby Boomer memperoleh rata-rata skor terendah pada variabel pemanfaatan digital sebesar 3,12 dan performa pemasaran sebesar 3,04. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan digital oleh agen properti, maka semakin tinggi pula performa pemasaran yang dihasilkan.

Kata Kunci: Pemanfaatan Digital, *Task-Technology Fit*, Performa Pemasaran, Agen Properti, Regresi Linear Sederhana.

THE EFFECT OF DIGITAL UTILIZATION ON THE MARKETING PERFORMANCE OF PROPERTY AGENTS AT BRIGHTON REAL ESTATE HARMONY DEPOK

ANINDYA RASYA SALSABILA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital utilization on the marketing performance of property agents at Brighton Harmony Depok. The development of digital technology has transformed property marketing activities, making digital utilization one of the factors that can support the improvement of property agents' marketing performance. This study employed a quantitative associative approach using a survey method. The population consisted of 160 property agents at Brighton Harmony Depok. The sample size was determined using Slovin's formula, resulting in 114 respondents. The sampling technique used was *proportionate stratified random sampling* based on generational groups, namely Baby Boomers, Generation X, Generation Y, and Generation Z. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression using SPSS version 25. The results showed that digital utilization has a positive and significant effect on the marketing performance of property agents at Brighton Harmony Depok. The simple linear regression analysis indicated a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-value of 9.579, confirming that the research hypothesis was accepted. The regression coefficient was 0.820, indicating a positive effect, while the coefficient of determination (R Square) was 0.450, indicating that digital utilization explained 45.0% of the variation in marketing performance, with the remaining 55.0% influenced by other factors outside the scope of this study. For the digital utilization variable, the highest mean score was recorded in the *Task-Technology Fit* dimension with a score of 3.56, while the lowest mean score was recorded in the *Performance Support* dimension with a score of 3.44. For the marketing performance variable, the highest mean score was found in the *Efficiency* dimension with a score of 3.33, whereas the lowest mean score was found in the *Decision Quality* dimension with a score of 3.19. Based on the generational groups, Generation Z achieved the highest mean scores in digital utilization at 3.64 and marketing performance at 3.63, whereas the Baby Boomer generation recorded the lowest mean scores in digital utilization at 3.12 and marketing performance at 3.04. These findings indicate that the higher the level of digital utilization among property agents, the higher their marketing performance.

Keywords: Digital Utilization, *Task-Technology Fit*, Marketing Performance, Property Agents, Simple Linear Regression.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Digital terhadap Performa Pemasaran Agen Properti di Brighton Harmony Depok” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Windhiadi Yoga Sembada, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si dan Bapak Zayyin Abdul Quddus, S.Pd., M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini.
4. Seluruh teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 22 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTING AKADEMIS	ii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademis	7
1.5.2 Manfaat Teoritis	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan Konsep Penelitian.....	10
2.1.1 Pemanfaatan Digital.....	10
2.1.2 Performa Pemasaran	12
2.1.3 Teori <i>Task-Technology Fit</i> (TTF).....	14
2.2 Kerangka Pemikiran dan Perumusan Hipotesis	21
2.2.1 Kerangka Pemikiran	21
2.2.2 Perumusan Hipotesis	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian	23

3.3 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi.....	36
3.4.2 Sampel	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Sumber Data	40
3.6.1 Data Primer	40
3.6.2 Data Sekunder.....	40
3.7 Metode Analisis	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Reliabilitas	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.8 Pengujian Hipotesis.....	47
3.8.1 Uji Regresi Linear Sederhana	47
3.8.2 Uji Signifikansi	48
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.9 Jadwal Penelitian	49
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.2 Analisis Data Variabel X.....	54
4.2.3 Analisis Data Variabel Y	85
4.3 Analisis Penelitian	114
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	114
4.3.2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	115
4.4 Pembahasan Penelitian	119
BAB V.....	138
KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 Saran	139
5.2.1 Saran Praktis	139
5.2.2 Saran Teoritis	139

DAFTAR PUSTAKA	141
RIWAYAT HIDUP	145
LAMPIRAN	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gender Chart PA Brighton Harmony Depok.....	5
Gambar 1.2 Chart Usia PA Brighton Harmony Depok	5
Gambar 1.3 Tingkat Literasi Digital Warga Indonesia per Kelompok Usia (2024) 6	
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Logo Brighton Real Estate	50
Gambar 4.2 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.3 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	54
Gambar 4.4 Analisis Pernyataan X1	55
Gambar 4.5 Analisis Pernyataan X2	56
Gambar 4.6 Analisis Pernyataan X3	57
Gambar 4.7 Analisis Pernyataan X4	58
Gambar 4. 8 Analisis Pernyataan X5	59
Gambar 4.9 Analisis Pernyataan X6	60
Gambar 4.10 Analisis Pernyataan X7	61
Gambar 4.11 Analisis Pernyataan X8	62
Gambar 4.12 Analisis Pernyataan X9	63
Gambar 4.13 Analisis Pernyataan X10	64
Gambar 4.14 Analisis Pernyataan X11	65
Gambar 4.15 Analisis Pernyataan X12	66
Gambar 4.16 Analisis Pernyataan X13	67
Gambar 4.17 Analisis Pernyataan X14	68
Gambar 4.18 Analisis Pernyataan X15	69
Gambar 4.19 Analisis Pernyataan X16	70
Gambar 4.20 Analisis Pernyataan X17	71
Gambar 4.21 Analisis Pernyataan X18	72
Gambar 4.22 Analisis Pernyataan X19	73
Gambar 4.23 Analisis Pernyataan X20	74
Gambar 4.24 Analisis Pernyataan X21	75
Gambar 4.25 Analisis Pernyataan X22	76
Gambar 4.26 Analisis Pernyataan X23	77
Gambar 4.27 Analisis Pernyataan X24	78
Gambar 4.28 Analisis Pernyataan X25	79
Gambar 4.29 Analisis Pernyataan X26	80
Gambar 4.30 Analisis Pernyataan Y1	86
Gambar 4.31 Analisis Pernyataan Y2	87
Gambar 4.32 Analisis Pernyataan Y3	88
Gambar 4.33 Analisis Pernyataan Y4	89
Gambar 4.34 Analisis Pernyataan Y5	90
Gambar 4.35 Analisis Pernyataan Y6	91
Gambar 4.36 Analisis Pernyataan Y7	92
Gambar 4. 37 Analisis Pernyataan Y8	93
Gambar 4. 38 Analisis Pernyataan Y9	94
Gambar 4.39 Analisis Pernyataan Y10	95

Gambar 4. 40 Analisis Pernyataan Y11	96
Gambar 4.41 Analisis Pernyataan Y12	97
Gambar 4. 42 Analisis Pernyataan Y13	98
Gambar 4.43 Analisis Pernyataan Y14	99
Gambar 4. 44 Analisis Pernyataan Y15	100
Gambar 4.45 Analisis Pernyataan Y16	101
Gambar 4.46 Analisis Pernyataan Y17	102
Gambar 4.47 Analisis Pernyataan Y18	103
Gambar 4.48 Analisis Pernyataan Y19	104
Gambar 4.49 Analisis Pernyataan Y20	105
Gambar 4.50 Analisis Pernyataan Y21	106
Gambar 4.51 Analisis Pernyataan Y22	107
Gambar 4.52 Analisis Pernyataan Y23	108
Gambar 4.53 Analisis Pernyataan Y24	109

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 3. 2 Jumlah Agen Brighton Harmony Depok Berdasarkan Kelompok Generasi.....	36
Tabel 3.3 Distribusi Sampel Berdasarkan Kelompok Generasi	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Digital (X).....	42
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Performa Pemasaran (Y)	43
Tabel 3.6 Kategori Nilai Cronbach's Alpha	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Digital (X).....	45
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Performa Pemasaran (Y)	46
Tabel 3.9 Rencana Penelitian	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia	53
Tabel 4.3 Analisis Pernyataan X1	54
Tabel 4.4 Analisis Pernyataan X2	55
Tabel 4.5 Analisis Pernyataan X3	56
Tabel 4.6 Analisis Pernyataan X4	57
Tabel 4.7 Analisis Pernyataan X5	58
Tabel 4.8 Analisis Pernyataan X6	59
Tabel 4.9 Analisis Pernyataan X7	60
Tabel 4.10 Analisis Pernyataan X8	61
Tabel 4.11 Analisis Pernyataan X9	62
Tabel 4.12 Analisis Pernyataan X10	63
Tabel 4.13 Analisis Pernyataan X11.....	64
Tabel 4.14 Analisis Pernyataan X12	65
Tabel 4.15 Analisis Pernyataan X13	66
Tabel 4.16 Analisis Pernyataan X14	67
Tabel 4.17 Analisis Pernyataan X15	68
Tabel 4.18 Analisis Pernyataan X16	69
Tabel 4.19 Analisis Pernyataan X17	70
Tabel 4.20 Analisis Pernyataan X18	71
Tabel 4.21 Analisis Pernyataan X19	72
Tabel 4.22 Analisis Pernyataan X20	73
Tabel 4.23 Analisis Pernyataan X21	74
Tabel 4.24 Analisis Pernyataan X22	75
Tabel 4.25 Analisis Pernyataan X23	76
Tabel 4.26 Analisis Pernyataan X24	77
Tabel 4.27 Analisis Pernyataan X25	78
Tabel 4.28 Analisis Pernyataan X26	79
Tabel 4.29 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Task- Technology Fit (Kesesuaian Teknologi dengan Tugas Pemasaran).....	80
Tabel 4.30 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Ease of Use (Kemudahan Penggunaan Teknologi)	81

Tabel 4.31 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Performance Support (Dukungan Teknologi terhadap Produktivitas Kerja)	82
Tabel 4.32 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Utilization (Intensitas Pemanfaatan Teknologi Digital)	83
Tabel 4. 33 Rata-Rata Skor Dimensi Variabel X Berdasarkan Generasi	83
Tabel 4.34 Analisis Pernyataan Y1	85
Tabel 4.35 Analisis Pernyataan Y2	86
Tabel 4.36 Analisis Pernyataan Y3	87
Tabel 4.37 Analisis Pernyataan Y4	88
Tabel 4. 38 Analisis Pernyataan Y5	89
Tabel 4. 39 Analisis Pernyataan Y6	90
Tabel 4.40 Analisis Pernyataan Y7	91
Tabel 4.41 Analisis Pernyataan Y8	92
Tabel 4.42 Analisis Pernyataan Y9	94
Tabel 4.43 Analisis Pernyataan Y10	95
Tabel 4.44 Analisis Pernyataan Y11	96
Tabel 4.45 Analisis Pernyataan Y12	97
Tabel 4.46 Analisis Pernyataan Y13	98
Tabel 4.47 Analisis Pernyataan Y14	99
Tabel 4.48 Analisis Pernyataan Y15	100
Tabel 4.49 Analisis Pernyataan Y16	101
Tabel 4.50 Analisis Pernyataan Y17	102
Tabel 4.51 Analisis Pernyataan Y18	103
Tabel 4.52 Analisis Pernyataan Y19	104
Tabel 4.53 Analisis Pernyataan Y20	105
Tabel 4.54 Analisis Pernyataan Y21	106
Tabel 4.55 Analisis Pernyataan Y22	107
Tabel 4.56 Analisis Pernyataan Y23	108
Tabel 4.57 Analisis Pernyataan Y24	109
Tabel 4.58 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Efektivitas Kerja (Effectiveness)	110
Tabel 4.59 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Produktivitas Kerja (Productivity)	110
Tabel 4.60 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Efisiensi Kerja (Efficiency)	111
Tabel 4.61 Rata-Rata Skor Nilai Dimensi Kualitas Keputusan (Decision Quality)	112
Tabel 4.62 Rata-Rata Skor Dimensi Variabel Y Berdasarkan Generasi	113
Tabel 4.63 Hasil Uji Normalitas	115
Tabel 4.64 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	115
Tabel 4.65 Hasil Uji F (Kelayakan Model)	116
Tabel 4.66 Hasil Uji t (Parsial)	117
Tabel 4.67 Persamaan Regresi Linear Sederhana	118
Tabel 4. 68 Skor Rata-Rata Variabel X dan Y Berdasarkan Generasi	120
Tabel 4. 69 Skor Rata-Rata Dimensi Variabel X	125
Tabel 4. 70 Skor Rata-Rata Dimensi Variabel Y	129
Tabel 4. 71 Tabulasi Silang Variabel X dan Y	131

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	146
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	147
Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	148
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian.....	149
Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian Variabel X	155
Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian Variabel Y	156
Lampiran 7. Hasil Analisis Uji.....	158
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian.....	162
Lampiran 9. Tampilan UI Brighton Apps untuk Property Agent	163
Lampiran 10. Hasil Cek Turnitin	164