



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**BAURAN PEMASARAN: KEPUASAN KONSUMEN
GENERASI Z PADA SEGMENTASI PASAR KELAS
MENENGAH KEBAWAH TERHADAP KULINER
GAYA BARAT DI JAKARTA**

SKRIPSI

AMALIA DWI PUSPITA

1616.1111.0920

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2020



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**BAURAN PEMASARAN: KEPUASAN KONSUMEN
GENERASI Z PADA SEGMENTASI PASAR KELAS
MENENGAH KEBAWAH TERHADAP KULINER
GAYA BARAT DI JAKARTA**

SKRIPSI

AMALIA DWI PUSPITA

1616.1111.0920

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 29 Juli 2020



Amalia Dwi Puspita

1616.1111.0920

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

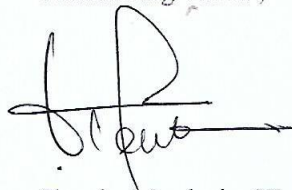
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Amalia Dwi Puspita
NIM : 1616.1111.0920
Program Studi : Manajemen
Judul : Bauran Pemasaran: Kepuasan Konsumen Generasi
Z Pada Segmentasi Pasar Kelas Menengah Kebawah
Terhadap Kuliner Gaya Barat di Jakarta

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan disajikan dalam sidang ujian skripsi.

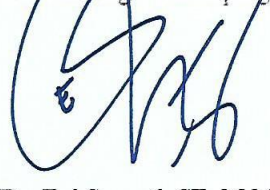
Jakarta, 26 Agustus 2020

Pembimbing Utama ,



(Dr. Wenny Chandra Mandagie, SE. M.Pd)

Pembimbing Pendamping ,



(Dr. Evi Susanti, SE. M.M)

Mengetahui,
Puket I Bidang Akademik STIE JIC

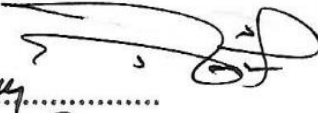


(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi diselenggarakan : 26 Agustus 2020

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Wenny Chandra M.Sc. MPA	
Anggota	1. Dr. Ir. Agus Susanto, MM	
	2. Drs. H. Arjuna W, MM	
	3. Dr. Evi Susanti, MM	

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang tiada tara bagi penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai penyebab kepuasan konsumen generasi z pada segmentasi pasar kelas menengah kebawah terhadap kuliner gaya barat di Jakarta. Penelitian ini disusun berdasarkan acuan – acuan teori dan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan acuan untuk menganalisa kepuasan konsumen generasi z bagi para pemilik usaha kuliner gaya barat di Jakarta.

Penelitian ini membahas berbagai faktor yang dapat mempengaruhi seseorang sehingga merasakan suatu kepuasan yang ditinjau dari sisi Bauran Pemasaran yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Dan apa strategi dari bauran pemasaran tersebut yang lebih dominan memberikan kepuasan konsumen pada konsumen generasi z.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, MM. selaku ketua STIE Jakarta International College.
2. Ibu Dr. Wenny Chandra Mandagie, SE. M.Pd. selaku Ketua Yayasan sekaligus Pembimbing Utama yang telah memberikan motivasi dan

nasihat yang sangat berarti bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

3. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM. selaku PUKET I.
4. Ibu Dr. Evi Susanti, SE. MM. selaku Ketua Prodi Manajemen sekaligus Pembimbing Pendamping yang telah memberikan motivasi, nasihat, dan telah menjadi guru bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
5. Penelitian ini dipersembahkan kepada orang tua penulis Bapak Ir. Haerul, dan Ibu Umi Kulsum. Terima kasih atas segala moril, materil, dan motivasi yang telah kalian berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Aldy Kusuma Ramdani, SE. Iknesya Rahma Finanda, SE, Binar Jenaka Shanum dan Adam Malik Al – Ghifari yang telah memberikan masukan, penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Tirta Bahri yang telah menyediakan telinga, hati, pikiran bagi penulis untuk berkeluh kesah. Terima kasih untuk selalu menjadi penawar letih.
8. Ifa Nafisah, Aprillia Larasanti, Mila Rafika Putri , Sumayyah, Hikmah Turahmah, Fanny Septiansyah, M. Faurizal Masri, Moch. Dwi Nurcahyo, dan Saiman selaku teman – teman dalam prodi Manajemen Pemasaran yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam melakukan penulisan ini.
9. Tatyana Citra Ika, Iif Masripatul Laela, Safirah Ramadhaniati, Rahma Aprillia Salim, Kevin Alfiyana, Dwi Putri Hanum, Maulidya Nur Hanifah,

Windi Listiowati, Novitrisari yang telah menjadi teman *sharing* bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian.

10. Nurul Yulistya, Karlina Nurhasanah Maedy, A.Md. Tasya Artanti, S.M. Heni Andriyani, Farhanna Nur Ayya, Ravina Suryani, S.M. Shafira Salsabilla, A.Md. Aliefia Rahma Fauziah, S.Ak, Atika Andam Suri, Felicia Thaimiyah Putri, Fitri Febriana Landja, Dinda Annisyah, Oktavia yang telah menjadi teman terbaik untuk melepas penat ketika penulis mengalami kejenuhan.
11. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Jakarta, ~~26~~ Agustus 2020



Amalia Dwi Puspita

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Dwi Puspita

NIM : 1616.1111.0920

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul:

**BAURAN PEMASARAN: KEPUASAN KONSUMEN GENERASI Z
PADA SEGMENTASI PASAR KELAS MENENGAH KEBAWAH
TERHADAP KULINER GAYA BARAT DI JAKARTA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan proposal skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 26 Agustus 2020



Amalia Dwi Puspita
1616.1111.0920

ABSTRACT

The title of this research is Marketing Mix: Costumer Satisfacion of Z Generation in Middle Class Market Segmentation towards Western Style Culinary In Jakarta.. The purpose of this research is knowing the Marketing Mix of Product, Price, Place, Promotion, Physical Evidence and Process toward Consumer Satisfaction Z Generation, Western Style Culinary in Jakarta.

The population of this research is z generation, aged between 15 years old to 24 years old with middle – lower segmentation with student or college background. This research used 155 samples. Methods used in collecting data is spread questioners. This research used SPSS 25 for windows to calculate and analyze the data of research. The result of this research product, price, place, promotion, physical evidence and process have positive and significant influence towards consumer satisfaction of Z generation of western style culinary in Jakarta. And based on partial test showed that price factor has the most dominant influence towards consumer satisfaction of Z generation toward, western style culinary in Jakarta.

Keyword : Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process and Consumer Satisfaction.

ABSTRAKSI

Judul penelitian ini adalah Bauran Pemasaran: Kepuasan Konsumen Generasi Z Pada Segmentasi Pasar Kelas Menengah Kebawah Terhadap Kuliner Gaya Barat di Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran pada Produk, Harga, Tempat, Promosi, Bukti Fisik dan Proses terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Z, Kuliner Gaya Barat di Jakarta.

Populasi penelitian ini adalah generasi z, berumur antara 15 tahun sampai dengan 24 tahun dengan segmentasi menengah – bawah dengan latar belakang pelajar atau mahasiswa. Penelitian ini menggunakan 155 sampel. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan SPSS 25 *for windows* untuk menghitung dan menganalisis data penelitian. Hasil dari penelitian ini produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik dan proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen generasi Z terhadap kuliner gaya barat di Jakarta. Dan berdasarkan uji parsial menunjukkan bahwa faktor harga memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen generasi Z terhadap kuliner gaya barat di Jakarta.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Bukti Fisik, Proses dan Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR GRAFIK.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Perumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	9
 BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	11
1. Bauran Pemasaran.....	11
a. <i>Product</i>	13
b. <i>Price</i>	15
c. <i>Place</i>	17
d. <i>Promotion</i>	19
e. <i>People</i>	21
f. <i>Physical Evidence</i>	22
g. <i>Process</i>	24
2. Kepuasan Konsumen	26
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Rerangka Pemikiran.....	43

	D. Hipotesis	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
	1. Lokasi.....	45
	2. Waktu Penelitian.....	45
	B. Populasi, Sampel dan Metode Pengumpulan Data	45
	1. Populasi.....	45
	2. Sampel.....	45
	3. Metode Pengumpulan Data.....	46
	C. Definisi Oprasional Variabel	50
	1. Variabel Independen	50
	a. <i>Product</i>	50
	b. <i>Price</i>	50
	c. <i>Place</i>	50
	d. <i>Promotion</i>	50
	e. <i>People</i>	51
	f. <i>Physical Evidence</i>	51
	g. <i>Process</i>	51
	2. Variabel Dependen.....	51
	Kepuasan Konsumen	51
	D. Teknik Analisis Data.....	57
	E. Gambaran Umum Objek Penelitian	72
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Data Penelitian.....	73
	B. Pengolahan Data	118
	C. Pengujian Hipotesis	147
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	157
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	171
	B. Keterbatasan.....	172
	C. Saran	172
	DAFTAR PUSTAKA	173
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1	: Penelitian Terdahulu	38
TABEL 2	: Definisi Operasional Variabel.....	52
TABEL 3	: Uji Validitas Variabel <i>Product</i>	59
TABEL 4	: Uji Validitas Variabel <i>Price</i>	59
TABEL 5	: Uji Validitas Variabel <i>Place</i>	60
TABEL 6	: Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i>	60
TABEL 7	: Uji Validitas Variabel <i>People</i>	61
TABEL 8	: Uji Validitas Variabel <i>Physical Evidence</i>	61
TABEL 9	: Uji Validitas Variabel <i>Process</i>	62
TABEL 10	: Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	62
TABEL 11	: Uji Reliabilitas Variabel <i>Product</i>	64
TABEL 12	: Uji Reliabilitas Variabel <i>Price</i>	64
TABEL 13	: Uji Reliabilitas Variabel <i>Place</i>	64
TABEL 14	: Uji Reliabilitas Variabel <i>Promotion</i>	64
TABEL 15	: Uji Reliabilitas Variabel <i>People</i>	65
TABEL 16	: Uji Reliabilitas Variabel <i>Physical Evidence</i>	65
TABEL 17	: Uji Reliabilitas Variabel <i>Priocess</i>	65
TABEL 18	: Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	65
TABEL 19	: Analisis Deskriptif.....	66

TABEL 20	: Koefisien Korelasi.....	70
TABEL 21	: Jenis Kelamin Responden	73
TABEL 22	: Usia Responden.....	74
TABEL 23	: Pekerjaan Responden	75
TABEL 24	: Pendapatan Per Bulan Responden.....	76
TABEL 25	: Pernah Makan Responden Di	77
TABEL 26	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>Product</i>	78
TABEL 27	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>Product</i>	79
TABEL 28	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>Product</i>	79
TABEL 29	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>Product</i>	80
TABEL 30	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator <i>Product</i>	81
TABEL 31	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>Product</i>	82
TABEL 32	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>Price</i>	83
TABEL 33	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>Price</i>	84
TABEL 34	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>Price</i>	84
TABEL 35	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>Price</i>	85
TABEL 36	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator <i>Price</i>	86
TABEL 37	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>Price</i>	87
TABEL 38	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>Place</i>	88
TABEL 39	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>Place</i>	89
TABEL 40	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>Place</i>	90

TABEL 41	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>Place</i>	90
TABEL 42	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator <i>Place</i>	91
TABEL 43	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>Place</i>	92
TABEL 44	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>Promotion</i>	93
TABEL 45	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>Promotion</i>	94
TABEL 46	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>Promotion</i>	95
TABEL 47	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>Promotion</i>	96
TABEL 48	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator <i>Promotion</i>	97
TABEL 49	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>Promotion</i>	98
TABEL 50	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>People</i>	99
TABEL 51	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>People</i>	100
TABEL 52	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>People</i>	100
TABEL 53	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>People</i>	101
TABEL 54	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator <i>People</i>	102
TABEL 55	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>People</i>	103
TABEL 56	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>Physical Evidence</i>	104
TABEL 57	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>Physical Evidence</i>	105
TABEL 58	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>Physical Evidence</i>	106
TABEL 59	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>Physical Evidence</i>	107
TABEL 60	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>Physical Evidence</i>	108
TABEL 61	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator <i>Process</i>	109

TABEL 62	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator <i>Process</i>	110
TABEL 63	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator <i>Process</i>	110
TABEL 64	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator <i>Process</i>	111
TABEL 65	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator <i>Process</i>	112
TABEL 66	: Hasil Rekapitulasi Penilaian <i>Process</i>	113
TABEL 67	: Tanggapan Pertanyaan No.1 Indikator Kepuasan Konsumen..	114
TABEL 68	: Tanggapan Pertanyaan No.2 Indikator Kepuasan Konsumen..	115
TABEL 69	: Tanggapan Pertanyaan No.3 Indikator Kepuasan Konsumen..	115
TABEL 70	: Tanggapan Pertanyaan No.4 Indikator Kepuasan Konsumen..	116
TABEL 71	: Tanggapan Pertanyaan No.5 Indikator Kepuasan Konsumen..	117
TABEL 72	: Hasil Rekapitulasi Penilaian Kepuasan Konsumen	118
TABEL 73	: Uji Kolmogorov-Smirnov	121
TABEL 74	: Uji Regresi Linear <i>Product</i>	123
TABEL 75	: Uji Regresi Linear <i>Price</i>	125
TABEL 76	: Uji Regresi Linear <i>Place</i>	127
TABEL 77	: Uji Regresi Linear <i>Promotion</i>	129
TABEL 78	: Uji Regresi Linear <i>People</i>	131
TABEL 79	: Uji Regresi Linear <i>Physical Evidence</i>	133
TABEL 80	: Uji Regresi Linear <i>Process</i>	135
TABEL 81	: Uji Koefisien Korelasi <i>Product</i>	137
TABEL 82	: Uji Koefisien Korelasi <i>Price</i>	137

TABEL 83	: Uji Koefisien Korelasi <i>Place</i>	138
TABEL 84	: Uji Koefisien Korelasi <i>Promotion</i>	138
TABEL 85	: Uji Koefisien Korelasi <i>People</i>	139
TABEL 86	: Uji Koefisien Korelasi <i>Physical Evidence</i>	140
TABEL 87	: Uji Koefisien Korelasi <i>Process</i>	140
TABEL 88	: Uji Koefisien Determinasi <i>Product</i>	141
TABEL 89	: Uji Koefisien Determinasi <i>Price</i>	142
TABEL 90	: Uji Koefisien Determinasi <i>Place</i>	142
TABEL 91	: Uji Koefisien Determinasi <i>Promotion</i>	143
TABEL 92	: Uji Koefisien Determinasi <i>People</i>	144
TABEL 93	: Uji Koefisien Determinasi <i>Physical Evidence</i>	145
TABEL 94	: Uji Koefisien Determinasi <i>Process</i>	146
TABEL 95	: Uji Signifikansi <i>Product</i>	147
TABEL 96	: Uji Signifikansi <i>Price</i>	148
TABEL 97	: Uji Signifikansi <i>Place</i>	150
TABEL 98	: Uji Signifikansi <i>Promotion</i>	151
TABEL 99	: Uji Signifikansi <i>People</i>	153
TABEL 100	: Uji Signifikansi <i>Physical Evidence</i>	154
TABEL 101	: Uji Signifikansi <i>Process</i>	156
TABEL 102	: Rekapitulasi Korelasi	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Realisasi Pajak Daerah 2018	2
Gambar 2	: Realisasi Pajak Daerah 2019	2
Gambar 3	: Rerangka Pemikiran	43
Gambar 4	: Hasil Uji Normalitas Histogram	119
Gambar 5	: Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	120
Gambar 6	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	122
Gambar 7	: Grafik Linier Sederhana <i>Product</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	124
Gambar 8	: Grafik Linier Sederhana <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	126
Gambar 9	: Grafik Linier Sederhana <i>Place</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	128
Gambar 10	: Grafik Linier Sederhana <i>Promotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	130
Gambar 11	: Grafik Linier Sederhana <i>People</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	132
Gambar 12	: Grafik Linier Sederhana <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	134
Gambar 13	: Grafik Linier Sederhana <i>Process</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	136

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	: Grafik Uji T <i>Product</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	148
Grafik 2	: Grafik Uji T <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	149
Grafik 3	: Grafik Uji T <i>Place</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	151
Grafik 4	: Grafik Uji T <i>Promotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	152
Grafik 5	: Grafik Uji T <i>People</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	154
Grafik 6	:Grafik Uji T <i>Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	155
Grafik 7	: Grafik Uji T <i>Process</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	157

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi *Product*
- Lampiran 3 : Tabulasi *Price*
- Lampiran 4 : Tabulasi *Place*
- Lampiran 5 : Tabulasi *Promotion*
- Lampiran 6 : Tabulasi *People*
- Lampiran 7 : Tabulasi *Physical Evidence*
- Lampiran 8 : Tabulasi *Process*
- Lampiran 9 : Tabulasi Kepuasan Konsumen
- Lampiran 10 : Tabel T
- Lampiran 11 : Tabel F
- Lampiran 12 : Tabel R
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Riset
- Lampiran 14 : Daftar Riwayat Hidup