



SKRIPSI

ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN FITUR *MEDIASHARE* DALAM MEMBERIKAN *VIRTUAL GIFTING* MENGGUNAKAN MODEL *STIMULUS- ORGANISM-RESPONSE* PADA PLATFORM *LIVE STREAMING*

ANINDYA SITA PARAMASTRI

NPM 22082010137

DOSEN PEMBIMBING

Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SURABAYA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN FITUR MEDIASHARE DALAM MEMBERIKAN VIRTUAL GIFTING MENGGUNAKAN MODEL STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE PADA PLATFORM LIVE STREAMING

Oleh :

ANINDYA SITA PARAMASTRI

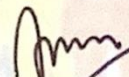
NPM. 22082010137

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Prodi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur Pada tanggal 24 Juni 2026.

Menyetujui,

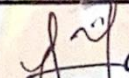
Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.

NPT. 171199 10 320052


..... (Pembimbing I)

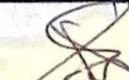
Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19930316 2019032 020


..... (Pembimbing II)

Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom, MT

NIP. 19890225 2021211 001


..... (Ketua Penguji)

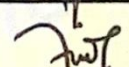
Tri Puspa Rinjeni, S.Kom., M.Kom

NIP. 19960203 2024062 001


..... (Penguji II)

Rafika Rahmawati, S.Kom., M.Kom., MBA

NIP. 19971012 2024062 001


..... (Penguji III)

Menyetujui,

Dekan Fakultas Ilmu Komputer


Prof. Dr. Ir. Novirina Hendrasarie, MT

NIP. 19681126 1994032 001

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS MOTIVASI PENGGUNAAN FITUR MEDIASHARE DALAM
MEMBERIKAN VIRTUAL GIFTING MENGGUNAKAN MODEL
STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE PADA PLATFORM LIVE
STREAMING**

Oleh :

ANINDYA SITA PARAMASTRI

NPM. 22082010137

Menyetujui,

Koordinator Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Ilmu Komputer



Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom.

NIP. 19810704 2021212 011

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Anindya Sita Paramastri
NPM : 22082010137
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat dari Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Surabaya, 24 Juni 2026

Mahasiswa



9AD41ALX265105591

Anindya Sita Paramastri

NPM. 22082010137

ABSTRAK

Nama Mahasiswa / NPM : Anindya Sita Paramastri / 22082010137
Judul Skripsi : Analisis Motivasi Penggunaan Fitur Mediashare
Dalam Memberikan Virtual Gifting
Menggunakan Model Stimulus-Organism-
Response Pada Platform Live Streaming
Dosen Pembimbing : Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.

Perkembangan platform *live streaming* mendorong munculnya fitur *Virtual Gifting Mediashare* sebagai bentuk dukungan finansial antara penonton dan *streamer*. Namun, pendapatan dari fitur tersebut masih cenderung tidak konsisten, sementara sebagian besar *streamer* belum memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penonton dalam memberikan *Mediashare*. Selain itu, penelitian yang secara khusus membahas motivasi penggunaan fitur *Mediashare* dalam konteks *live streaming* di Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penonton memberikan *Virtual Gifting Mediashare* menggunakan model *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 392 responden, dengan analisis PLS-SEM menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Emotional Attachment* dan *Flow Experience* berpengaruh positif terhadap *Virtual Gifting Mediashare Intention*. Selain itu, *Trustworthiness*, *Expertise*, *Attractiveness*, dan *Entertainment* berpengaruh positif terhadap *Emotional Attachment* penonton, sedangkan *Telepresence*, *Instant Feedback*, dan *Interactivity* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Flow Experience*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keterikatan emosional dan pengalaman menonton yang imersif merupakan faktor utama yang mendorong niat penonton dalam memberikan *Virtual Gifting Mediashare*.

Kata Kunci: *Live Streaming, Virtual Gifting, Mediashare, Stimulus–Organism–Response* (S-O-R).

ABSTRACT

Student Name / NPM : Anindya Sita Paramastri / 22082010137
Thesis Title : *Motivational Analysis of Mediashare Feature
Use in Virtual Gifting Using the Stimulus-
Organism-Response Model on Live Streaming
Platforms*
Advisor : Arista Pratama, S.Kom., M.Kom.
Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom.

The rapid growth of live streaming platforms has led to the emergence of Virtual Gifting Mediashare as a form of financial support between viewers and streamers. However, the revenue generated through this feature remains inconsistent, while most streamers still lack an understanding of the factors influencing viewers' decisions to use Mediashare. This study aims to analyze the factors influencing viewers' intention to use Virtual Gifting Mediashare by employing the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) model. A quantitative approach was adopted involving 392 respondents, and the data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results indicate that Emotional Attachment and Flow Experience have a significant effect on Virtual Gifting Mediashare Intention. In addition, Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, and Entertainment significantly influence viewers' internal psychological states, whereas Telepresence, Instant Feedback, and Interactivity do not have a significant effect on Flow Experience. The findings demonstrate that emotional attachment and immersive viewing experiences are the primary factors driving viewers' intention to provide Virtual Gifting Mediashare.

Keywords: *Live Streaming, Virtual Gifting, Mediashare, Stimulus–Organism–Response (S-O-R).*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Motivasi Penggunaan Fitur Mediashare dalam Memberikan Virtual Gifting Menggunakan Model Stimulus–Organism–Response (S-O-R) pada Platform Live Streaming” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sistem Informasi pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Almarhum Bapak Fajar dan Ibu Niken selaku orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tidak ternilai selama perjalanan hidup dan pendidikan penulis.
2. Bapak Arista Pratama, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing utama sekaligus dosen wali yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Eristya Maya Safitri, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Siti Mukaromah, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama masa perkuliahan.
6. Teman-teman Program Studi Sistem Informasi Angkatan 2022 yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis serta memberikan dukungan dan kebersamaan selama menempuh pendidikan.

7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
8. Teman-teman terdekat penulis, yaitu Belinda dan Auli, atas segala dukungan, semangat, kebersamaan, serta bantuan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman online penulis di Discord Apollite, Vivi, dan Ferdi, yang telah memberikan dukungan, hiburan, dan semangat selama proses penyelesaian penelitian ini.
10. Muhamad Hafiz, yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, perhatian, dan menemani penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis memahami bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh sebab itu, masukan serta kritik yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna meningkatkan kualitas dan kesempurnaan karya tulisan ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga laporan ini tetap dapat bermanfaat, baik bagi pembaca secara umum maupun bagi penulis.

Surabaya, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR NOTASI	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Relevansi SI	10
1.7 Sistematikan Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Live Streaming	49
2.3 Platform Donasi Digital	51
2.4 Virtual Gifting	52
2.5 Mediashare	54
2.6 Stimulus-Organism-Response (SOR)	56
2.7 Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS).....	58
2.8 SmartPLS	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
3.1 Alur Penelitian	61

3.2	Identifikasi Masalah	61
3.3	Studi Literatur.....	62
3.4	Penentuan Model Konseptual.....	62
3.5	Penyusunan Hipotesis.....	63
3.5.1	Hubungan <i>Emotional Attachment</i> terhadap <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i>	64
3.5.2	Hubungan <i>Flow Experience</i> terhadap <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i>	64
3.5.3	Hubungan <i>Flow Experience</i> terhadap <i>Emotional Attachment</i>	65
3.5.4	Hubungan <i>Trustworthiness</i> terhadap <i>Emotional Attachment</i>	66
3.5.5	Hubungan <i>Expertise</i> terhadap <i>Emotional Attachment</i>	66
3.5.6	Hubungan <i>Attractiveness</i> terhadap <i>Emotional Attachment</i>	67
3.5.7	Hubungan <i>Telepresence</i> terhadap <i>Flow Experience</i>	67
3.5.8	Hubungan <i>Instant Feedback</i> terhadap <i>Flow Experience</i>	68
3.5.9	Hubungan <i>Interactivity</i> terhadap <i>Flow Experience</i>	68
3.5.10	Hubungan <i>Entertainment</i> terhadap <i>Flow Experience</i>	69
3.6	Definisi Operasional	69
3.7	Penentuan Populasi dan Sampel	74
3.7.1	Metode Pengumpulan Data.....	74
3.7.2	Populasi	74
3.7.3	Sampel	75
3.7.4	Teknik <i>Sampling</i>	76
3.7.5	Sumber Pengumpulan Data	77
3.7.6	Skala Likert.....	77
3.8	Susunan Kuesioner	78
3.9	Pengujian Instrumen Penelitian	87
3.9.1	Uji Validitas.....	88
3.9.2	Uji Reliabilitas	90
3.10	Penyebaran Kuesioner	92
3.11	Pengolahan dan Analisis Data	92
3.11.1	Data <i>Cleaning</i>	92
3.11.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	93

3.11.3 Analisis Statistik Inferensial.....	93
3.11.4 Uji Hipotesis.....	96
3.12 Kesimpulan dan Saran.....	96
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1 Data <i>Cleaning</i>	99
4.1.1 Pengecekan Kesesuaian Sampel.....	100
4.1.2 Pengecekan Duplikasi Data.....	101
4.1.3 Pengecekan <i>Missing Value</i>	101
4.1.4 Pengecekan Jawaban Berpola	101
4.1.5 Pengecekan Outlier	102
4.2 Data Demografi Responden.....	103
4.2.1 Jenis Kelamin	104
4.2.2 Usia.....	105
4.2.3 Tingkat Pendidikan Terakhir.....	106
4.2.4 Pekerjaan Utama	107
4.2.5 Jumlah Pendapatan Rata-Rata per Bulan (Dalam Rupiah)	109
4.3 Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Deskriptif	110
4.3.1 Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel	110
4.4 Hasil dan Pembahasan Analisis Statistik Inferensial.....	133
4.4.1 Outer Model	134
4.4.2 Inner Model	141
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	146
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	152
4.5.1 Pengaruh Hubungan <i>Emotional Attachment</i> Terhadap <i>Virtual Gifting</i> <i>Mediashare Intention</i>	153
4.5.2 Pengaruh Hubungan <i>Flow Experience</i> Terhadap <i>Virtual Gifting</i> <i>Mediashare Intention</i>	155
4.5.3 Pengaruh Hubungan <i>Flow Experience</i> Terhadap <i>Emotional</i> <i>Attachment</i>	157
4.5.4 Pengaruh Hubungan <i>Trustworthiness</i> Terhadap <i>Emotional</i> <i>Attachment</i>	159
4.5.5 Pengaruh Hubungan <i>Expertise</i> Terhadap <i>Emotional Attachment</i>	161

4.5.6	Pengaruh Hubungan <i>Attractiveness</i> Terhadap <i>Emotional Attachment</i>	164
4.5.7	Pengaruh Hubungan <i>Telepresence</i> Terhadap <i>Flow Experience</i>	166
4.5.8	Pengaruh Hubungan <i>Instant Feedback</i> Terhadap <i>Flow Experience</i>	168
4.5.9	Pengaruh Hubungan <i>Interactivity</i> Terhadap <i>Flow Experience</i>	170
4.5.10	Pengaruh Hubungan <i>Entertainment</i> Terhadap <i>Flow Experience</i>	172
4.6	Pembahasan Hasil Variabel Kontrol	174
4.6.1	Pengaruh <i>Age</i> terhadap <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i>	174
4.6.2	Pengaruh <i>Income</i> terhadap <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i> ...	176
BAB V PENUTUP		179
5.1	Kesimpulan	179
5.2	Saran	180
DAFTAR PUSTAKA		181
LAMPIRAN		191

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis Layanan Platform Digital di Indonesia	2
Gambar 1.2 <i>Mediashare</i>	4
Gambar 1.3 Hasil Survei Pendahuluan <i>Streamer</i> Terhadap Penggunaan <i>Mediashare</i>	5
Gambar 1.4 Manajemen Sistem Informasi.....	10
Gambar 2.1 <i>Live Streaming</i> di Youtube.....	50
Gambar 2.2 <i>Virtual Gifting</i>	53
Gambar 2.3 <i>Mediashare</i>	54
Gambar 2.4 Dukungan Sociabuzz.....	55
Gambar 2.5 Model <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR)	56
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	61
Gambar 3.2 Model Konseptual	63
Gambar 4.1 Jumlah Jenis Kelamin Responden.....	104
Gambar 4.2 Jumlah Usia Responden	105
Gambar 4.3 Jumlah Tingkat Pendidikan Terakhir Responden	107
Gambar 4.4 Jumlah Pekerjaan Utama Responden	108
Gambar 4.5 Jumlah Pendapatan Rata-Rata per Bulan Responden	109
Gambar 4.6 Ringkasan Hasil Bootstrapping.....	147
Gambar 4.7 Rata-Rata <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i> berdasarkan Kelompok Usia Responden.....	175
Gambar 4.8 Rata-Rata <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i> berdasarkan Kelompok Pendapatan Responden.....	177

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional	70
Tabel 3.2 Skala Likert	78
Tabel 3.3 Kebutuhan Data Responden.....	78
Tabel 3.4 Susunan Kuesioner Penelitian.....	81
Tabel 3.5 Instrumen Pertanyaan.....	82
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Instrumen	89
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	91
Tabel 3.8 Kriteria Penilaian <i>Outer Model</i>	94
Tabel 3.9 Kriteria Penilaian <i>Inner Model</i>	95
Tabel 4.1 Hasil Data <i>Cleaning</i>	99
Tabel 4.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Emotional Attachment</i>	111
Tabel 4.3 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Emotional Attachment</i>	112
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Flow Experience</i>	113
Tabel 4.5 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Flow Experience</i>	114
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Virtual Gifting Mediashare Intention</i> ...	115
Tabel 4.7 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Flow Experience</i>	116
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Trustworthiness</i>	117
Tabel 4.9 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Trustworthiness</i>	118
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Expertise</i>	120
Tabel 4.11 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Expertise</i>	121
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Attractiveness</i>	122
Tabel 4.13 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Attractiveness</i>	123
Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Telepresence</i>	124
Tabel 4.15 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Telepresence</i>	126
Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Instant Feedback</i>	127
Tabel 4.17 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Instant Feedback</i>	128
Tabel 4.18 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Interactivity</i>	129
Tabel 4.19 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Interactivity</i>	130
Tabel 4.20 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Entertainment</i>	131

Tabel 4.21 Hasil Statistik Jawaban Variabel <i>Entertainment</i>	132
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	134
Tabel 4.23 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	136
Tabel 4.24 Nilai akar AVE (<i>Fornell-Larcker Criterion</i>)	137
Tabel 4.25 Nilai <i>Cross-Loadings</i>	138
Tabel 4.26 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	140
Tabel 4.27 Hasil <i>R-Square</i>	141
Tabel 4.28 Hasil <i>F-Square</i>	142
Tabel 4.29 Hasil <i>Q-Square</i>	144
Tabel 4.30 Hasil Uji VIF	145
Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis	148
Tabel 4.32 Hasil Klasifikasi Kelompok Umur Responden	174
Tabel 4.33 Hasil Klasifikasi Kelompok Pendapatan Responden	176

DAFTAR NOTASI

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,05) atau sampling eror = 5%

df = *degrees of freedom*

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengajuan Perubahan Judul Skripsi.....	191
Lampiran 2. Survei Pengalaman <i>Streamer</i> Terhadap Penggunaan Fitur Donasi <i>Mediashare</i>	192
Lampiran 3. Hasil Survei Pengalaman <i>Streamer</i> Terhadap Penggunaan Fitur Donasi <i>Mediashare</i>	194
Lampiran 4. Model Acuan Utama.....	196
Lampiran 5. Acuan Instrumen Penelitian.....	197
Lampiran 6. Kuesioner.....	198
Lampiran 7. Bukti Penyebaran Kuesioner	210
Lampiran 8. Proses Data <i>Cleaning</i>	211
Lampiran 9. Uji Pra Kuesioner	212
Lampiran 10. <i>Outer Loading</i>	213
Lampiran 11. Hasil Reliabilitas.....	214
Lampiran 12. <i>Fornerr Larcker</i>	214
Lampiran 13. <i>Cross Loading</i>	215
Lampiran 14. Uji VIF.....	216
Lampiran 15. Uji <i>R Square</i>	216
Lampiran 16. Uji <i>F Square</i>	216
Lampiran 17. Uji <i>Q Square</i>	217
Lampiran 18. Hasil <i>Bootstrapping</i>	218
Lampiran 19. <i>Path Coefficients Uji Bootstrapping</i>	218