

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN, BRAND IMAGE DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SKINCARE MEREK MS
GLOW DI MS GLOW DUPAK SURABAYA**



Oleh :
AHMAD ZARKAZI
NBI : 1211600231

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

**PENGARUH IKLAN, BRAND IMAGE DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SKINCARE MEREK MS
GLOW DI MS GLOW DUPAK SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

AHMAD ZARKAZI

NBI : 1211600231

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Nama Lengkap : Ahmad Zarkazi
Nbi : 1211600231
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan, Brand Image, dan Motivasi
Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen
Terhadap Minat Beli Konsumen pada Skincare
Merek Ms Glow di Ms Glow Dupak Surabaya

Surabaya, 8 Juli 2021

Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM. NNLP., CMA

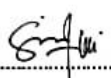
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKripsi

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : 29, Juni, 2021.

TIM PENGUJI :

TANDA TANGAN :

1. Dr. Sumiati, MM.

- Ketua 

2. Drs. Ec. Mataji, MM.

- Anggota 

3. Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM. NNLP., CMA-Anggota 

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. H. M. H. Padi, M.Si., Ak., CA.
NPP:20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Ahmad Zarkazi (L)
2. NBI : 1211600231
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578050104980002
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Kupang Panjaan 2 No. 3d RT. 1 RW. 3 dr.
Soetomo Tegalsari Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Iklan, Brand Image, dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Skincare Merek Ms Glow di Ms Glow Dupak Surabaya”. Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 16, Juli, 2021

Yang Membuat,



Ahmad Zarkazi



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AHMAD ZARKAZI
NBI : 1211600231
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul: **“Pengaruh Iklan, Brand Image, dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Skincare Merek Ms Glow di Ms Glow Dupak Surabaya”**.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Pada

Tanggal :

Yang Menyatakan
Penulis.

(AHMAD ZARKAZI)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Iklan, Brand Image, dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen pada Skincare Merek Ms Glow di Ms Glow Dupak Surabaya”*** dengan penuh kebanggan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Feliks A.B.K. Panjaitan, MM., CM. NNLP., CMA selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing , mengoreksi serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih juga telah banyak membantu saya selama proses perkuliahan saya.
2. Dr. Sumiati, MM. Selaku ketua dosen penguji skripsi saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk mengoreksi serta menguji dan memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Ec. Mataji, MM. Selaku dosen penguji skripsi saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk mengoreksi serta menguji dan memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Dr. H. Slamet Riyadi, M.si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas kesempatan dan

- fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh Pendidikan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
 7. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si selaku kepala program studi manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya karena telah banyak membantu proses perkuliahan saya.
 8. Untuk keluarga yang sangat saya cintai, khususnya Ibu, Abi, dan Aak Jal. Saya sangat berterimakasih karena selalu memberikan banyak doa dan dukungan serta motivasi dalam menjalankan proses perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 9. Seluruh teman-teman, khususnya Faisal, Virgi, Bintoro, Kuntet, Rizky, Ateng, Udin, Vigo, Tyo, Fredy, Diki, Aziz dan yang lainnya yang mungkin lupa saya sebutkan. Mereka yang telah banyak membantu, memberi doa dan semangat serta bantuan dalam menjalankan proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.
 10. Juga untuk dewisoff. Terima kasih telah membantu dan menyemangati untuk menyelesaikan studi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, saya mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 16, Juli, 2021
Penulis,



Ahmad Zarkazi

RINGKASAN
PENGARUH IKLAN, BRAND IMAGE DAN MOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SKINCARE MEREK MS
GLOW DI MS GLOW DUPAK SURABAYA

MS Glow Surabaya merupakan salah satu toko resmi produk Ms Glow yang berada di Surabaya. Toko ini terletak di Jl. Dupak Baru III No.1, RT.006/RW.05, Jepara, Kec. Bubutan, Kota Surabaya. Toko ini dimiliki oleh salah satu agen terbesar produk Ms Glow di Surabaya yaitu Ibu Titah Damai yang terdaftar secara resmi dengan nomor ID MSGLOW08.49.03 sejak tahun 2016. Toko Ms Glow Surabaya ini menyuplai penjualan produk Ms Glow di Surabaya, baik untuk reseller maupun kepada customer secara langsung. Produk-produk yang dijual di MS Glow Surabaya merupakan produk resmi dan original yang telah memiliki sertifikasi BPOM, halal dan sudah teruji secara klinis.. Produk yang menjadi favorit di Ms Glow Surabaya adalah facial wash, toner, serum, dan cream yang dapat dibeli terpisah maupun dalam paket berupa paket wajah whitening, paket wajah acne, paket wajah ultimate, dan paket wajah luminous. Tidak hanya skincare khusus wajah, Ms Glow Surabaya juga menjual produk bodycare, cosmetic, produk khusus laki-laki (Ms Glow For Men), dan produk khusus anak (Ms Kids).Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 yang didapatkan melalui perhitungan dengan rumus Hair et al jumlah indikator dikali 5 sampai 10 dan sampel diambil dari konsumen produk skincare ms glow yang pernah melakukan pembelian di ms glow surabaya, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability sampling. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji Asumsi Klasik yang digunakan antara lain: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Uji t, Uji f dan Koefisien Determinasi R^2 . Dari hasil nilai Uji F menunjukkan bahwa Iklan (X_1), Brand Image (X_2) dan Motivasi (X_3) sama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y), Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa: (1) Iklan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk skincare ms glow di surabaya, (2) Brand Image berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk skincare ms glow di surabaya, (3) Motivasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk skincare ms glow di surabaya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X_1 , X_2 dan X_3 pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka $8.883 > 1,976$ untuk X_1 , $4.282 > 1,976$ untuk X_2 dan $2.551 > 1,976$ untuk X_3 .

SUMMARY

THE EFFECT OF ADVERTISING, BRAND IMAGE AND CONSUMER MOTIVATION ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN MS GLOW BRAND SKINCARE IN MS GLOW DUPAK SURABAYA

MS Glow Surabaya is one of the official stores for Ms Glow products in Surabaya. This shop is located on Jl. Dupak Baru III No.1, RT.006/RW.05, Jepara, Kec. Bubutan, Surabaya City. This shop is owned by one of the biggest agents of Ms Glow products in Surabaya, namely Mrs. Titah Damai who is officially registered with ID number MSGLOW08.49.03 since 2016. This Ms Glow Surabaya shop supplies sales of Ms Glow products in Surabaya, both for resellers and customers directly. The products sold at MS Glow Surabaya are official and original products that have BPOM certification, are halal and have been clinically tested. The favorite products at Ms Glow Surabaya are facial wash, toner, serum, and cream which can be purchased separately or in packages in the form of whitening face packages, acne facial packages, ultimate face packages, and luminous face packages. Not only skincare specifically for the face, Ms Glow Surabaya also sells bodycare products, cosmetics, special products for men (Ms Glow For Men), and special products for children (Ms Kids). The type of research used is quantitative research. The number of samples in this study were 150 which were obtained through calculations using the Hair et al formula, the number of indicators multiplied by 5 to 10 and the samples were taken from ms glow skincare product consumers who had made a purchase at ms glow surabaya, the sampling technique used was probability sampling. The method of data collection is using a questionnaire. Test the instrument using Validity and Reliability Test. The data analysis technique used is multiple linear regression, Classical Assumption Test used, among others: Normality Test, Multicollinearity Test Heteroscedasticity Test. While testing the hypothesis using t-test, f-test and Coefficient of Determination 2. From the results of the F test value shows that advertising Iklan (X_1), Brand Image (X_2) and motivation (X_3) both have an effect on consumer buying interest (Y), while the t test results show that: (1) Advertising affects buying interest consumers on MS Glow skincare products in Surabaya, (2) Brand Image affects consumers' buying interest in MS Glow skincare products in Surabaya, (3) Motivation affects consumers' buying interest in MS Glow skincare products in Surabaya. This can be seen from the results of the t-test in the previous chapter where 1, 2 and 3 at the t-count value are greater than t-table which produces numbers $8.883 > 1.976$ for X_1 , $4.282 > 1.976$ for X_2 and $2.551 > 1.976$ for X_3 .

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN, BRAND IMAGE DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SKINCARE MEREK MS GLOW DI MS GLOW DUPAK SURABAYA

Persaingan dalam dunia bisnis kecantikan semakin ketat, hal tersebut ditunjukkan dengan meningkatnya pertumbuhan industri kecantikan khususnya perawatan kulit rata-rata mengalami pertumbuhan. Untuk tetap dapat bersaing dan mempertahankan bisnis kecantikan dengan persaingan yang kian ketat, perusahaan harus mampu mengkomunikasikan produknya secara tepat serta mampu untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dengan baik kepada konsumen. Buying interest (Minat beli) konsumen merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan, brand image, dan motivasi terhadap minat beli konsumen pada produk skincare ms glow di surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen skincare ms glow yang pernah melakukan pembelian di Ms Glow Surabaya. Jumlah sampel sebanyak 150 yang didapatkan melalui perhitungan dengan rumus Hair et al jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability sampling. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji Asumsi Klasik yang digunakan antara lain: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas Uji Heteroskedastisitas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi R^2 . Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai t hitung 8.883 lebih besar daripada t tabel (1,976), sedangkan brand image (t hitung = 4.282) dan motivasi (t hitung = 2.551) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Akan tetapi iklan, brand image, motivasi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan perolehan nilai signifikansi 0,00.

Kata kunci: Iklan, Brand Image, Motivasi, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADVERTISING, BRAND IMAGE AND CONSUMER MOTIVATION ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN MS GLOW BRAND SKINCARE IN MS GLOW DUPAK SURABAYA

Competition in the world of beauty business is getting tougher, this is indicated by the increasing growth of the beauty industry, especially skin care, which is growing on average. To remain competitive and maintain the beauty business with increasingly fierce competition, companies must be able to communicate their products appropriately and be able to convey information about their products properly to consumers. Consumer buying interest is something related to the consumer's plan to buy a certain product, as well as how many units of the product are needed in a certain period. The aim is to find out and analyze the effect of advertising, brand image, and motivation on consumer buying interest in MS Glow skincare products in Surabaya. This type of research is quantitative research. The population in this study were Ms Glow skincare consumers who had made a purchase at Ms Glow Surabaya. The number of samples as many as 150 were obtained through calculations using the formula Hair et al. the number of indicators multiplied by 5 to 10. The sampling technique used was probability sampling. The method of data collection is using a questionnaire. The instrument test uses Validity and Reliability Test. The data analysis technique used is multiple linear regression, Classical Assumption Test used, among others: Normality Test, Multicollinearity Test Heteroscedasticity Test. While testing the hypothesis using t test, F test and the coefficient of determination 2. The results in this study indicate that advertising has a significant influence on consumer buying interest with a t-count value of 8.883 greater than t-table (1.976), while brand image (t-count = 4.282) and motivation (t-count = 2.551) have a significant influence. on consumer buying interest. However, advertising, brand image, motivation simultaneously affect consumer buying interest with a significance value of 0.00.

Keywords: Advertising, Brand Image, Motivation, Consumer Buying Interest.

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKIPSI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Manajemen.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran	6
2.1.3 Promosi	7
2.1.4 Iklan.....	9
2.1.5 <i>Brand Image</i>	11
2.1.6 Perilaku Konsumen	13

2.1.7 Motivasi Konsumen	15
2.1.8 Minat Beli Konsumen	16
2.1.9 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Hubungan Antar Variabel	22
2.2.1 Hubungan Antara Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	22
2.2.2 Hubungan Antara <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	23
2.2.3 Hubungan Antara Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen.....	23
2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1 Lokasi Penelitian	25
3.2.2 Waktu Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Definisi Variabel dan Operasional	27
3.6.1 Definisi Variabel	27
3.6.2 Definisi Operasional.....	28
3.7 Proses Pengolahan Data	30
3.8 Metode Analisis Data	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	34

3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis	34
3.9.2 Analisis Data	35
BAB IV	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Visi dan Misi Ms Glow Dupak Surabaya.....	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2.1 Deskripsi Responden.....	39
4.3 Pengujian.....	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	43
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.3.6 Uji Hipotesis.....	47
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.4.1 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen	49
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	49
4.4.3 Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen.....	50
4.4.4 Pengaruh Iklan, Brand Image, dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen.....	50
4.5 Implikasi Penelitian.....	51
4.6 Keterbatasan Penelitian	51
BAB V.....	53
SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ms Glow Dupak Surabaya	38
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
Tabel 3.1 Skala Likert 4 Poin.....	27
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Umur Responden	40
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Jumlah Transaksi Pembelian Responden.....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	60
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	66
Lampiran 3 Tabulasi Karakteristik Responden	67
Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner	72
Lampiran 5 Uji Validitas.....	102
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	115
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 8 Analisis Data.....	118
Lampiran 9 Uji Hipotesis	119
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Mahasiswa	120