

SKRIPSI

**PENGARUH DESIGN PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK
MUSIK K-POP DI SURABAYA**



OLEH :

HAYU PANGASTUTI

NBI : 1211800166

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

2022

**PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK
MUSIK K-POP DI SURABAYA**

SKRIPSI

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

Oleh :

Hayu pangastuti
NBI : 1211800166

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

2022

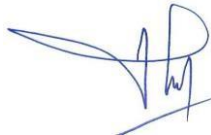
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Hayu Pangastuti
Nbi : 1211800166
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *design* produk dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian album fisik musik k-pop di surabaya.

Surabaya, 27 Juni 2022

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing



Dr. Abdul Halik., M.M.

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 08 Juli 2022.

TIM PENGUJI

1. Dr. Abdul Halik., M.M. Ketua
2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM Anggota
3. Drs. Ec. Rudy Santoso ,MM Anggota



Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA
NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama lengkap (KTP) : Hayu Pangastuti
2. NBI 1211800116
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program studi : Manajemen
5. NIK (KTP) 1211800166
6. Alamat rumah (KTP) : Tempel Sukorejo 1/129

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

”PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK MUSIK K-POP DI 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 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, 8 Juli 2022

Yang membuat,



(Hayu Pangastuti)



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 aktivis akademik universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hayu Pangastuti
NBI : 1211800166
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Prpgram Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberi kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul : **"PENGARUH DESIGN PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK MUSIK K-POP DI SURABAYA"** Dengan **Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media untuk 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



(Hayu Pangastuti)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia, dan nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Musik Fisik K-Pop Di Surabaya”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Abdul Halik., M.M. selaku dosen pembimbing yang bersedia memeluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., 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.
3. 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 proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945.
4. Dr. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan juga selaku dosen wali saya selama perkuliahan Program Sarjana. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian. Terima kasih juga karena telah membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

5. Dr. Abdul Halik.,M.M selaku ketua penguji, Drs. Ec. Sigit Santoso, MM, dan Dr. Ec. Rudi Santoso,MM. Selaku penguji, dalam siding skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga siding skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh dosen dan staf Sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universita 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada kedua orangtua atas kerja keras selama ini, terima kasih tetap berjuang dan berkorban untuk membuatku bisa mengejar ilmu sampai sekarang. Bapak dan ibu selalu memberikan kasih sayang, dukungan doa, dan selalu jadi sumber semangat saya.
8. Nenek terima kasih selama ini atas perjuangannya, berkorban dan dukungan doa untuk membuatku bisa mengejar ilmu sampai sekarang. Jadi support system selama ini
9. Teman-teman saya terima kasih sudah ada dimasa-masa terpuruk selama penulisan skripsi ini
- 10.Favorit boy(A.D.K) terima kasih sudah membantu disegala situasi.
- 11.Kepada idol saya BTS Kim seokjin, Min yoongi, Kim Namjoon, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook. Yang memberikan motivasi dan semangat karena karya dan tingkah laku mereka yang menggemaskan.
- 12.Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang mmebangun sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak.

ABSTRAK

PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK

MUSIK K-POP DI SURABAYA

Oleh :

Hayu Pangastuti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk dan Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 yang diperoleh melalui perhitungan dengan rumus Cochran dan sampel diambil dari penggemar K-Pop di Surabaya yang pernah membeli album fisik musik K-Pop minimal satu kali, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan Validitas dan Reliabilitas.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi: Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji R². Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa Product Design (X1), dan Digital Marketing (X2), keduanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa desain produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop, Pemasaran Digital (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Digital Marketing(X2) mempengaruhi keputusan untuk membeli album fisik musik K-Pop. Hal ini terlihat dari hasil uji t pada bab sebelumnya dimana X1,X2, pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka $3,864 > 1,985$ untuk X1, $3,930 > 1,985$ untuk X2.

Kata kunci: *Desain* produk, *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING*

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK

MUSIK K-POP DI SURABAYA

Oleh :

Hayu Pangastuti

This study aims to determine the Influence of Product Design and Digital Marketing on Purchasing Decisions. The method used in this study is a causal associative method using a quantitative approach. The number of samples in this study was 97 obtained through calculations with the Cochran formula and samples were taken from K-Pop fans in Surabaya who had purchased a physical album of K-Pop music at least once, the sampling technique used was purposive sampling. The method of data collection is to use questionnaires. Test the instrument using Validity and Reliability.

The data analysis techniques used are multiple linear regression, The classical assumption tests used include: Normality Test, Heteroskedasticity Test, Multicollinearity Test. Meanwhile, hypothesis testing uses t Test and R² Test. From the results of Test F, it shows that Product Design (X1), and Digital Marketing (X2), both influence the decision to purchase physical albums of K-Pop music. Meanwhile, the results of the t Test show that product design (X1) affects the purchase decision of the physical album of K-Pop music, Digital Marketing (X2) affects the decision to purchase the physical album of K-Pop music. Digital Marketing (X2) affects the decision to purchase physical albums of K-Pop music. This can be seen from the results of the t Test in the previous chapter where X1, X2, at the calculated t value is greater than the t table which produces the numbers $3.864 > 1.985$ for X1, $3.930 > 1.985$ for X2.

Keywords : product design, digital marketing, Purchasing Decisions

RINGKASAN

K-Pop adalah Korean Pop yang merupakan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak dari Kelompok musik K-Pop yang sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Korean Wave ini seperti menjadibudaya baru yang melekat pada setiap lapisan masyarakat. Awalnya musik Korean Wave hanya musik yang bergenre Trot. Musik Trot adalah hasil alkturasi musik tradisional Korea dengan musik kerohanian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 yang didapatkan melalui perhitungan dengan rumus Cochran dan sampel diambil dari penggemar K-Pop di Surabaya yang pernah melakukan pembelian album fisik musik K-Pop minimal satu kali, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Uji instrument menggunakan Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain: Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji R².

Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa Desain Produk (X1), dan *Digital Marketing* (X2), sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa Desain produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop, *Digital Marketing* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X1, X2, pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka $3,864 > 1,985$ untuk X1, $3,930 > 1,985$ untuk X2.

SUMMARY

K-Pop is Korean Pop which is a type of popular music originating from South Korea. Many of the K-Pop music groups have penetrated domestic borders and are popular abroad. This Korean Wave is like a new culture that is attached to every layer of society. Initially, KoreanWave music was only music of the Trot genre. Trot music is the result of the acculturation of traditional Korean music with spiritual music.

This study aims to determine the effect of product design and digital marketing on purchasing decisions. The method used in this study is a causal associative method using a quantitative approach. The number of samples in this study were 97 which were obtained through calculations using the Cochran formula and samples were taken from K-Pop fans in Surabaya who had purchased physical albums of K-Pop music at least once. The sampling technique used was purposive sampling. The method of data collection is using a questionnaire. The instrument test uses Validity and Reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression. The classical assumption test used includes: Normality Test, Heteroscedasticity Test, and Multicollinearity Test. While testing the hypothesis using the t test and R^2 test.

From the results of the F test, it shows that Product Design (X_1), and Digital Marketing (X_2), both have an effect on purchasing decisions for physical K-Pop music albums. While the results of the t -test indicate that product design (X_1) has an effect on purchasing decisions for physical K-Pop music albums, Digital Marketing (X_2) has an effect on purchasing decisions for physical K-Pop music albums. This can be seen from the results of the t -test in the previous chapter where X_1 , X_2 , the value of t count is greater than t table which produces numbers $3.864 > 1.985$ for X_1 , $3.930 > 1.985$ for X_2 .

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7

2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.4 Pengertian Desain Produk	9
2.1.4.1 Tujuan Desain Produk	10
2.1.4.2 Strategi Desain Produk	10
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk.....	11
2.1.4.4 Indikator Desain Produk	12
2.1.4.5 Jenis Desain Produk.....	13
2.1.5 Pengertian Digital Marketing	13
2.1.5.1 Manfaat Digital Marketing	14
2.1.5.2 Strategi Digital Marketing	14
2.1.5.3 Indikator Digital Marketing	15
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.6.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17
2.1.6.2 Peranan Dalam Keputusan Pembelian.....	18
2.1.6.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1 Hubungan X1 Terhadap Y	23
2.3.2 Hubungan X2 Terhadap Y	24
2.4 Kerangka Konseptual	24
2.5 Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	27
3.2.1 Tempat Penelitian	27
3.2.2 Waktu Penelitian.....	27
3.3 Jenis Dan Sumber Data	27
3.3.1 Jenis Data	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Populasi Dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4.4 Teknik Pengukuran	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional	30
3.6.1 Definisi Variabel.....	30
3.6.2 Definisi Operasional	31
3.7 Proses Pengolahan Data.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	32
3.9 Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis.....	32
3.9.1 Uji Instrument	32
3.9.1.1 Uji Validitas	32
3.9.1.2 Uji Reliabilitas.....	33

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.9.3 Koefisien Determinasi R^2	34
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.9.4.1 Uji Normalitas	34
3.9.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	34
3.9.4.3 Uji Multikolinieritas	34
3.9.5 Pengujian Hipotesis.....	34
3.9.5.1 Uji T	35
3.9.5.2 Uji F.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Sejarah K-Pop Indonesia	37
4.1.1 Jenis Album K-Pop	38
4.1.2 Berdasarkan Negara Penerbit.....	38
4.1.3 Produk Album K-Pop.....	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.2.1.1 Jenis Kelamin.....	41
4.2.1.2 Usia	42
4.2.1.3 Pekerjaan	42
4.2.1.4 Jumlah Album	43
4.2.1.5 Lama Jadi Penggemar	43
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.2.2.1 Hasil Deskripsi Variabel X1	44

4.2.2.2 Hasil Deskripsi Variabel X2.....	46
4.2.2.3 Hasil Deskriptif Variabel Y	47
4.3 Hasil Uji Instrument	48
4.3.1 Uji Validitas Instrument	48
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.4 Analisis Data	51
4.4.1 Uji Normalitas	51
4.4.2 Uji Multikolinieritas	52
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	53
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	54
4.4.5 Koefisien Determinasi.....	55
4.5 Pengujian Hipotesis	55
4.5.1 Uji T	55
4.5.2 Uji F.....	58
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.6.1 Pengaruh Xi Terhadap Y	59
4.6.2 Pengaruh X2 Terhadap Y	59
4.6.3 Pengaruh X1 Dan X2 Terhadap Y.....	60
4.7 Implikasi Penelitian	60
4.8 Keterbatasan Penelitian	61
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis Album Fisik.....	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Usia	42
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Jumlah Album	43
Tabel 4.5 Lama Jadi Penggemar	43
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif X1	45
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif X2	46
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Y	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	52
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	54
Tabel 4.14 Uji T	55
Tabel 4.15 Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Highest First Day Sales On Hanteo.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar Iv. 1 CD	39
Gambar Iv. 2 Photobook	40
Gambar Iv. 3 Sampul Dan Wadah	40
Gambar Iv. 4 Photocard	40
Gambar Iv. 5 Poster.....	41
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas.....	52
Gambar 4.7 Kurva Uji T	55
Gambar 4.8 Kurva Uji T	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	70
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	75
Lampiran 3 Tabulasi Kuisisioner.....	82
Lampiran 4 Uji Validitas.....	91
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	103
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	104
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas	104
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas	105
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda	105
Lampiran 10 Koefisien Determinasi	106
Lampiran 11 Uji T.....	106
Lampiran 12 Uji F.....	106
Lampiran 13 Kartu Bimbingan.....	107
Lampiran 14 T Tabel.....	108
Lampiran 15 F Tabel.....	108
Lampiran 16 Hasil Turnitin.....	115