

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA**



Oleh :

AMAS IMANIA
NBI : 1211900014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA**



Di Ajukan Oleh :

Amas Imania

NBI : 1211900014

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

2023

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh
Amas Imania
1211900014

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS SURABAYA
2023**

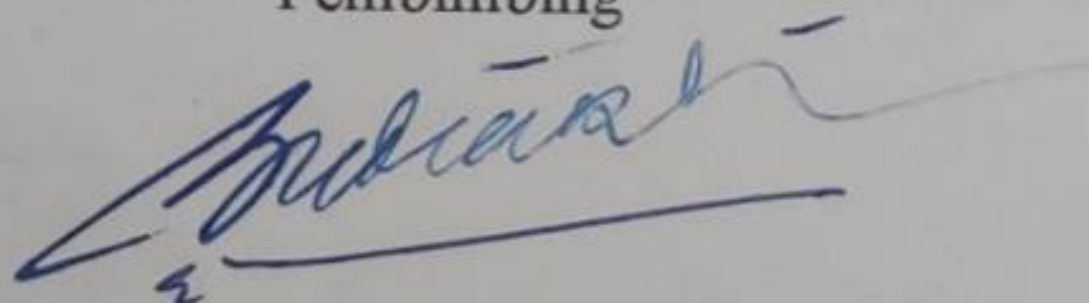
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Amas Imania
NBI : 1211900014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality*, *Brand Trust*, Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya

Surabaya, 04 Januari 2023

Mengetahui/menyetujui

Pembimbing



Dr. Endah Budiarti, M.Si.

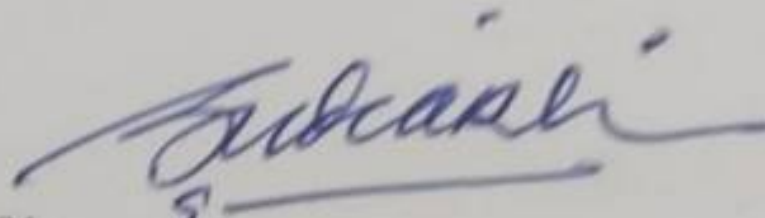
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

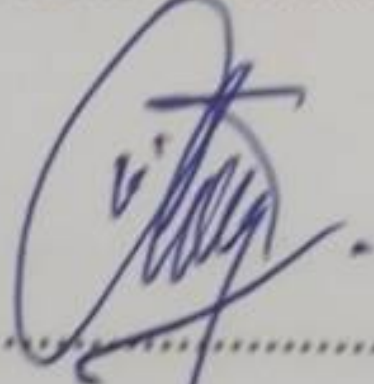
Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : 04 Januari 2023.

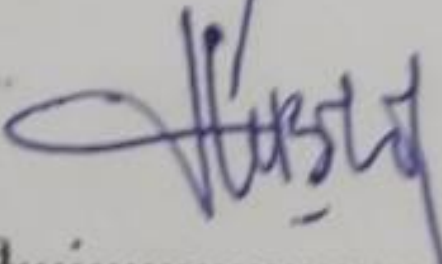
TIM PENGUJI

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si.
2. Drs. Ec. Mataji, MM.
3. Dr. IA. Sri Brahmayanti, MM.

TANDA TANGAN

- Ketua:.....

- Anggota.....

- Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



NPP : 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Amas Imania
2. NBI : 1211900014
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578165804000003
6. Alamat Rumah (KTP) : Wonosari Lor 38

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN CABANG MANYAR 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 Pemyataan 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, 04 Januari 2023





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311) e-mail :
perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yangbertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amas Imania
NBI/ NPM : 1211900014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

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 *E-Service Quality, Brand Trust, dan Perceived Value*, Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Cabang Manyar 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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal :

Yang Menyatakan,



*coret yang tidak perlu

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 ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si., selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. 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.
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 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Dr. Riyadi Nugroho, MM. selaku ketua penguji dan Dr, Endah Budiarti, M.Si. selaku penguji, dalam sidang proposal dan sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini

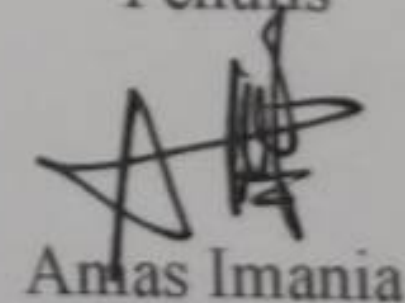
7. Seluruh sahabat dan keluarga besar DPM, BEM dan Himajur Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terutama Kepengurusan Periode tahun 2019 yang telah banyak membantu, memberi semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat saya.
8. Kedua orang tua saya bapak Mishari dan ibu Makrufa yang telah memberikan saya doa, semangat, dan motivasi agar penulis segera menyelesaikan skripsi. Serta, Saudara – saudari saya Ahmad Kayyis, Azkadina Kanzia Savira, Azril Rafif Fakhri yang selalu memberikan dukungan terhadap saya beribu – ribu terima kasih saya ucapkan kepada keluarga yang tercinta.
9. Sahabat saya sejak kecil, Elisti Ainatul Aliyah, Indah Choirun Nisa, dan Nurul Hikmiyah terima kasih atas semangat dan motivasi agar cepat menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat Masa SMA Faizah, Frumeyza Chabella Saifudin, Ikke Nur Sabila, Iftinan, dan Ratna Salma Safira terima kasih atas semangat dan motivasi agar cepat menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat – sahabat seperjuangan Fitri Oktaviani, Hilya Rubi Wanojati, dan Sukmawati terima kasih telah menjadi sahabat perjuangan saya selama menempuh perkuliahan.
12. Teman spesial saya saat ini, Muhammad Rizqi Firdaus terima kasih telah memberikan semangat, menemani, dan mendengarkan keluh kesah saya selama menempuh perkuliahan.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat celu dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah "Orang berilmu tentu memiliki pribadian tangguh, yang bisa membawa diri, keluarga dan orang lain menuju kebahagiaan, serta bernilai manfaat bagi sesama." Orang yang pintar bukanlah orang yang merasa pintar, akan tetapi ia adalah orang yang merasa bodoh, dengan begitu ia tak akan pernah berhenti untuk terus belajar.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 04 Januari 2023

Penulis



Amas Imania

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* (X1), *Brand Trust* (X2), dan *Perceived Value* (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. Populasi pada penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah memesan secara online lebih dari 1kali di Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. Sampel penelitian yang diambil menggunakan metode purposive sampling maka untuk menentukan jumlah menggunakan rumus lemeshow yaitu 96 responden. Teknik pengambilan data menggunakan metode kuesioner dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda dengan uji F dan uji T dengan memanfaatkan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan (Uji F) *E-Service Quality* (X1), *Brand Trust* (X2), dan *Perceived Value* (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. Untuk pengaruh masing-masing variabel secara parsial (Uji t), hasil nilai signifikan dari : 1) *E-Service Quality* (X1) sebesar 0,358 lebih besar dari nilai signifikansi sebesar 0.05 artinya *E-Service Quality* (X1) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). 2) *Brand Trust* (X2) sebesar 0,083 lebih besar dari nilai signifikan sebesar 0.05 artinya *Brand Trust* (X2) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). 3) *Perceived Value* (X3) sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0.05 artinya *Perceived Value* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Brand Trust*, *Perceived Value*, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, BRAND TRUST, AND PERCEIVED VALUE ON CUSTOMER LOYALTY AT MIE GACOAN, MANYAR BRANCH, SURABAYA

The purpose of this study was to determine the effect of E-Service Quality (X1), Brand Trust (X2), and Perceived Value (X3) on Customer Loyalty (Y) Mie Gacoan, Manyar Surabaya Branch. The population in this study are customers who have ordered online more than once at Mie Gacoan, Manyar Surabaya Branch. The research sample was taken using purposive sampling method to determine the amount using the Lemeshow formula, namely 96 respondents. The data collection technique used the questionnaire method and data analysis in this study used a multiple linear regression analysis model with the F test and T test using the SPSS version 25 program.

The results showed that simultaneously (Test F) E-Service Quality (X1), Brand Trust (X2), and Perceived Value (X3) on Customer Loyalty (Y) Mie Gacoan, Manyar Surabaya Branch. For the effect of each variable partially (t test), the results of significant values from: 1) E Service Quality (X1) of 0.358 is greater than the significance value of 0.05 meaning that E-Service Quality (X1) partially has no significant effect on Customer Loyalty (Y). 2) Brand Trust (X2) of 0.083 is greater than the significant value of 0.05, meaning that Brand Trust (X2) partially has no significant effect on Customer Loyalty (Y). 3) Perceived Value (X3) of 0.001 is smaller than the significant value of 0.05, meaning that Perceived Value (X3) partially has a significant effect on Customer Loyalty (Y).

Keywords : E-Service Quality, Brand Trust, Perceived Value, Customer Loyalty

RINGKASAN

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *BRAND TRUST*, DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA

Mie Gacoan merupakan salah satu anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi Malang yang bergerak di bidang *food and baverage*. Mie Gacoan kini sangat populer bahkan di kota Surabaya saja telah memiliki 8 cabang yang tersebar di berbagai wilayah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *E-Service Quality*, *Brand Trust*, dan *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan memilih pelanggan yang pernah memesan lebih dari 1kali di Mie Gacoan Cabang Manyar secara online. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling dan metode Purposive Sampling. Purposive Sampling yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah memesan secara online lebih dari 1kali produk Mie Gacoan di Cabang Manyar Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pada penelitian ini yaitu SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) *E-Service Quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. 2) *Brand Trust* berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya. 3) *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya.

SUMMARY

THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, BRAND TRUST, AND PERCEIVED VALUE ON CUSTOMER LOYALTY AT MIE GACOAN, MANYAR BRANCH, SURABAYA

Mie Gacoan is a subsidiary of PT. Pesta Pora Abadi Malang, which operates in the food and beverage sector. Gacoan noodles are now very popular, even in the city of Surabaya alone, it has 8 branches spread across various regions. The purpose of this study is to determine E-Service Quality, Brand Trust, and Perceived Value have a significant effect on Customer Loyalty.

This research was conducted by selecting customers who had ordered more than once at Mie Gacoan, Manyar Branch online. The sampling technique used is the Non Probability Sampling and Purposive Sampling methods. Purposive Sampling is sampling with certain considerations. The sample considerations in this study were customers who had ordered online more than once for Mie Gacoan products at the Manyar Surabaya branch. The data used in this study are primary data and secondary data. The method in this study is SPSS version 25.

The results of this study indicate that: 1) E-Service Quality has no significant effect on Customer Loyalty of Mie Gacoan in the Manyar Surabaya branch. 2) Brand Trust has no significant effect on Customer Loyalty of Mie Gacoan in the Manyar Surabaya branch. 3) Perceived Value has a significant effect on Customer Loyalty of Mie Gacoan in the Manyar Surabaya branch

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.5 Faktor- Faktor Perilaku Konsumen.....	12
2.1.6 <i>E-Service Quality</i>	13
2.1.7 <i>Brand Trust</i>	15
2.1.8 <i>Perceived Value</i>	16
2.1.9 Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	23

2.3.1	Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i>	23
2.3.2	Hubungan Antara <i>Brand Trust</i> Pada Loyalitas Pelanggan	23
2.3.3	Hubungan Antara <i>Perceived Value</i> Pada Loyalitas Pelanggan	23
2.3.4	Hubungan Antara <i>E Service Quality, Brand Trust, dan Perceived Value</i> Pada Loyalitas Pelanggan	23
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	28
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Definisi Variabel dan Operasional variabel	29
3.6.1	Definisi Variabel.....	29
3.6.2	Devinisi Operasional	31
3.7	Proses Pengolahan Data.....	34
3.8	Metode Analisis Data	35
3.8.1	Uji Validitas.....	35
3.8.2	Uji Reabilitas	36
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	38
3.9.1	Uji F (Simultan).....	38

3.9.2	Uji t (Parsial)	38
3.10	Analisis Data	39
3.10.1	Korelasi Parsial.....	39
3.10.2	Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.10.3	Uji Determinasi (Uji R^2)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	41
4.1.1	Visi dan Misi	41
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik Responden.....	42
4.2.2	Deskriptif Hasil Variabel Penelitian	43
4.3	Uji Instrumen.....	48
4.3.1	Uji Validitas	48
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Uji Asumsi Klasik	50
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	51
4.4.4	Uji Autokorelasi.....	52
4.4	Analisis Data	53
4.5.1	Analisis Linier Berganda	53
4.6	Pengujian Hipotesis.....	54
4.6.1	Uji Simultan (Uji F).....	54
4.6.2	Uji Parsial (Uji t)	55
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.7	Pembahasan Hasil Temuan.....	56
4.7.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	56
4.7.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.7.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	57
4.7.4	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>Brand Trust</i> , Dan <i>Perceived Value</i> Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57

4.8	Implikasi Penelitian	58
4.9	Keterbatasan Penelitian	60
BAB V PENUTUP		61
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		63
Lampiran.....		65

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Pembelian Ulang.....	43
Tabel 4. 4 Interval Nilai.....	44
Tabel 4. 5 Hasil Penelitian Rata-rata Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1).....	44
Tabel 4. 6 Hasil Penelitian Rata-rata Variabel <i>Brand Trust</i> (X2)	45
Tabel 4. 7 Hasil Penelitian Rata-rata Variabel <i>Perceived Value</i> (X3).....	46
Tabel 4. 8 Hasil Penelitian Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	53
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4. 16 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Rating Mie Gacoan.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep.....	25
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	52