

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

ANNISA EKA APRILIYA
NBI : 1211900176

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

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**



Diajukan Oleh :

ANNISA EKA APRILIYA

NBI:1211900176

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

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)**

SKRIPSI

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

Oleh :

Annisa Eka Apriliya

NBI 1211900176

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

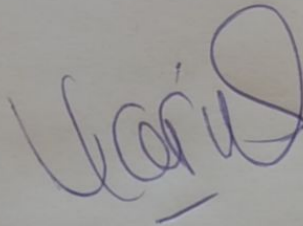
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Annisa Eka Apriliya
NBI : 1211900176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Something (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Surabaya, 30 Mei 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing ,

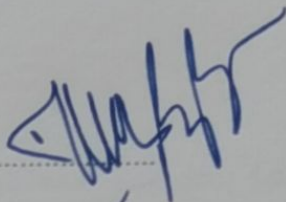
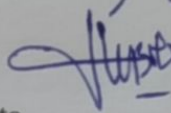
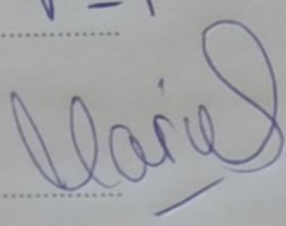


Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty., MM

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

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 20 Juni 2023.

TIM PENGUJI :

1. Dr.Nekky Rahmiyati.,MM -Ketua.....
2. Dr.I.A.Sri Bramhayanti.,MM -Anggota.....
3. Dra.Ec.Dyah Rini Prihastuty.,MM -Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA

NPP :20220.93.0319

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya ,yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) :Annisa Eka Apriliya
2. NBI :1211900176
3. Fakultas :Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi :Manajemen
5. NIK(KTP) :3524174704010001
6. Alamat Rumah (KTP) :Jln.Raya Sugio Ds.Baturono Sukodadi Lamongan

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk ,Persepsi Harga, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya” adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesiis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi saya 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 20 Juni 2023

Yang Membuat



(Annisa Eka Apriliya)



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 PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Annisa Eka Apriliya
NBI/ NPM : 1211900176
Fakultas : 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 Kualitas Produk Persepsi harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian Somethinc (Studi kasus mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis universitas 17 Agustus 1945 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 : 20 Juni 2023



(Annisa Eka Apriliya)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

Allah tidak akan membebani seseorang diluar batas kemampuannya

“Qs.Al-baqarah 286“

**Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan ,sesungguhnya beserta
kesulitan ada kemudahan**

“Qs.Al-Insyirah 94”

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Something studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya “, dalam Tugas Akhir. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang besar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dra. Ec. Dyah Rini Prihastuty., MM selaku pembimbing saya yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan proposal penelitian.
2. 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.
3. Prof. 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 Bisnis Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Terima kasih kepada ketua pengujian dan pengujian dalam sidang skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga ujian skripsi.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu dan mendukung saya dari awal perkuliahan hingga akhir ujian skripsi ini.

7. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, kesempatan, dukungan, nasehat dan doa disetiap langkah saya, serta selalu memenuhi segala kebutuhan saya dari kecil hingga besar saat ini dan selalu mendukung saya dari awal sampai akhir saya dapat menyelesaikan pendidikan program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih atas semua yang telah diberikan kepada saya dan semoga saya bisa membanggakan bapak dan ibu
8. Terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah semangat, pantang menyerah dalam menjalani perkuliahan dari awal semester sampai akhir semester dan berjuang dalam meluangkan waktunya untuk mengerjakan tugas akhir.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan, akhir kata saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 22 Mei 2023

Annisa Eka Apriliya

ABSTRAK

Perkembangan dunia kecantikan terus mengalami peningkatan yang ditandai dengan semakin banyaknya produk kecantikan lokal dan mancanegara yang banyak ditemukan saat ini, sehingga memberikan persaingan bagi pihak perusahaan dan juga kecermatan dan kejelian bagi para konsumen untuk menggunakan produk yang aman dan memberikan hasil yang baik. Salah satu hal yang terpenting dalam menggunakan suatu produk yaitu melihat dari segi kualitas yang dimiliki, harga sesuai dengan manfaat dan kualitas produk yang diberikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis program SPSS versi 22, penentuan jumlah sampel menggunakan teknik non probability sampling yang diperoleh yaitu 96 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah melakukan pembelian pada produk Somethinc.

Hasil penelitian ini pada pengujian hipotesis pada uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis pada uji simultan menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The development of the world of beauty continues to experience an increase marked by the increasing number of local and foreign beauty products that can be found today, thus providing competition for companies as well as precision and foresight for consumers to use skincare products that are safe and provide good results. the most important thing in using a product is to look at it in terms of the quality it has, the price is in accordance with the benefits and quality of the product provided.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality, price perception and product innovation on purchasing decisions for something. This study uses a quantitative approach, the analytical method used in this study is multiple linear regression analysis using the SPSS version 22 analysis tool, determining the number of samples using non-probability sampling techniques obtained in this study 96 respondents. The population in this study were students who had purchased Somethic products.

The results of this study on testing the hypothesis on the t and partial tests show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions and product innovation has a positive and significant effect on purchasing decisions. Testing the hypothesis on the simultaneous test shows that Product Quality, Price Perceptions and Product Innovation have a positive and significant simultaneous effect on the Purchase Decision of Somethic Products.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Product Innovation, Purchase Decision*

RINGKASAN

Somethinc merupakan produk kecantikan lokal dengan kualitas premium yang didirikan pada tahun 2019 Somethinc menawarkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan kulit dengan kualitas yang terbaik dan teknologi terkini serta bersertifikasi halal, dengan harga yang terjangkau. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang di sebarakan kepada responden, jumlah responden yang dijadikan sebanyak 96 orang. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Berdasarkan Hasil Uji t pada variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0,278 dan signifikan sebesar $0,017 < 0,05$ sementara untuk t hitung dan t tabel diketahui $2,434 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc terbukti signifikan. Variabel Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0,306 dan signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ sementara untuk t hitung dan t tabel $3,168 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc terbukti signifikan. Variabel Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0,272 dan signifikan sebesar $0,026 < 0,05$ sementara t hitung dan t tabel $2,257 > 1,661$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc terbukti signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji F bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk didapati hasil dengan F hitung sebesar 45,934 dengan tingkat signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Inovasi Produk berpengaruh secara bersama-sama dan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.

Kesimpulan Penelitian ini adalah Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Pada uji F Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saran dari hasil penelitian ini yaitu Kualitas

Produk, Persepsi harga, dan Inovasi Produk menentukan sebuah Keputusan Pembelian Konsumen , oleh karena itu kepada pihak Somethinc untuk memperhatikan atau mengurangi masalah-masalah kecil dari ketiga faktor tersebut. Sehingga mampu menentukan kepuasan konsumen untuk selalu melakukan pembelian terhadap produk Somethinc.

SUMMARY

Somehinc is a local beauty product with premium quality that was established in 2019 and product innovation on purchase decisions for Somehinc products. This study uses primary data obtained from questionnaires which are distributed to respondents, the number of respondents is made up of 96 people. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The analytical method used is multiple linear regression.

Based on the results of the t test on the variable Product Quality on Purchase Decision it produces a positive coefficient value of 0.278 and a significant value of $0.017 < 0.05$ while for t count and t table it is known that $2.434 > 1.661$ then H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus the effect of product quality on the decision to purchase somehinc is proven significant. The price perception variable on purchasing decisions produces a positive coefficient value of 0.306 and a significant value of $0.002 < 0.05$ while for t count and t table $3.168 > 1.661$ then H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus the influence of Price Perceptions on Purchase Decisions of Somehinc Products is proven to be significant. The Product Innovation Variable on Purchasing Decisions produces a positive coefficient value of 0.272 and a significant value of $0.026 < 0.05$ while t count and t table are $2.257 > 1.661$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus the influence of Product Innovation on the Purchase Decision of Somehinc Product proves to be significant.

Based on the results of the F test that Product Quality, Perceived Price and Product Innovation resulted with an F count of 45.934 with a significant level of 0.000 which is smaller than 0.05 so that it can be stated that Product Quality, Perceived Price and Product Innovation have a joint effect and influence significantly to the Decision to Purchase Somehinc Products.

The conclusion of this study is that product quality, price perception, and product innovation partially have a positive and significant effect on purchasing decisions. In the F test Product Quality, Price Perceptions, and Product Innovation simultaneously have a significant effect on Product Purchasing Decisions. Suggestions from the results of this study are Product Quality, Price Perception, and Product Innovation determine a Consumer Purchase Decision, therefore it is for Somehinc to pay attention to or reduce the small problems of these three factors. So as to be able to determine consumer satisfaction to always make purchases of Somehinc products.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
RINGKASAN	xii
SUMMARY	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB IPENDAHULUAN.....	1
1.1Latar Belakang Masalah.....	1
1.2Rumusan Masalah	7
1.3Tujuan Penelitian	7
1.4Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1Landasan Teori.....	9
2.1.1Manajemen Pemasaran	9
2.1.2Perilaku Konsumen	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	10
2.1.4 Kualitas Produk	10
2.1.5 Persepsi Harga.....	12
2.1.6 Inovasi Produk.....	4
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	15
2.2Penelitian Terdahulu	17
2.3Hubungan Antar Variabel	20
2.4Kerangka Konseptual.....	21
2.5Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1.Desain Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	27
3.7 Proses Pengolahan Data.....	27
3.8Metode Analis Data	27
3.8.1 Uji Intrumen.....	28
3.8.2 Uji Asumsi	29
3.9Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	29
3.9.1 Koefisien Determinasi R^2	29
3.9.2 Uji Parsial (Uji t)	30
3.9.3 Uji Simultan(Uji F)	30
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.1.1Sejarah Singkat	31
4.1.2Visi dan Misi.....	32
4.2Deskripsi Hasil Penelitian	32
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	32
4.2.2 Deskripsi Penelitian Variaebel	34
4.3Uji Instrumen.....	38
4.3.1 Uji Validitas.....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	40
4.4Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1 Uji Normalitas	40
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	41
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	42
4.5Analisis Data	43
4.6Pengujian Hipotesis.....	45
4.6.1 Uji t (Parsial)	45
4.6.2 Uji F(Simultan)	47
4.6.3 Koefisien Determinasi R^2	48
4.7Pembahasan Hasil Temuan Peneliti	48
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.7.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49

4.8 Impikasi Penelitian.....	51
4.9 Keterbatasan penelitian	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Skincare 2019-202.....	2
Gambar 1.2 Top Penjualan Skincare	3
Gambar 1.3 Perbandingan Harga	4
Gambar 1.4 Inovasi Produk Somethinc.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	26
Tabel 3.2 Definisi Variabel dan Operasional Variabel	26
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi.....	32
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.4 Interval Penilaian Skala Likert	34
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	35
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	36
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk	37
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.9 Uji Validitas	39
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.14 Uji T.....	45
Tabel 4.15 Uji F.....	47
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi R ²	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :Kuisiner Penelitian	57
LAMPIRAN 2 :Tabulasi Data.....	61
LAMPIRAN 3 :Hasil Olah Data SPSS.....	69
LAMPIRAN 4 :Surat Izin Penelitian.....	77
LAMPIRAN 5 :KartuBimbingan	79
LAMPIRAN 6:Turnitin	80