

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA
DI WADUNGASTI SIDOARJO



Oleh :

MAMLUK ATUS SA'ADAH
NBI : 1211900142

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA
DI WADUNGASRI SIDOARJO**



Oleh :

MAMLUK ATUS SA'ADAH

NBI : 1211900142

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA
DI WADUNGASRI SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Prasyarat Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Akuntansi**

**Diajukan Oleh :
MAMLUK ATUS SA'ADAH
NBI : 1211900142**

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

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Nama Lengkap : Mamluk Atus Sa'adah
NBI : 1211900142
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus
Pahlawan Surabaya Di Wadungasri Sidoarjo.

Surabaya, 22 Juni 2023
Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing,

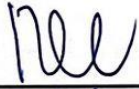




Drs. Ec. Istiono , MBA

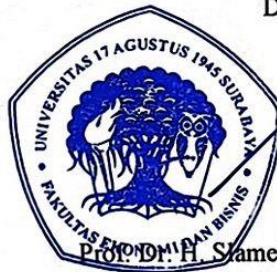
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI


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 27...,
.....Juni..., 20.23.

TIM PENGUJI :

- | | | |
|--|-----------|--|
| 1. Prof. Dr. Amiartuti Kusumaningtyas, SH., MM | - Ketua |  |
| 2. Drs. Ec. Istiono, MBA | - Anggota |  |
| 3. Drs. Ec. Mataji | - Anggota |  |

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan




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

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Mamluk Atus Sa'adah
2. NBI : 1211900142
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS
PAHLAWAN SURABAYA DI WADUNGASRI SIDOARJO**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan, dan pemiiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Akripsi, 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 kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 02 Agustus, 2023

Yang membuat,



Mamluk Atus Sa'adah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email: perpus@untag-sby.ac.id

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 : Mamluk Atus Sa'adah
NBI : 1211900142
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi\

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPIS KUKUS PAHLAWAN SURABAYA DI WADUNGASRI SIDOARJO

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 : 25 Juni 2023

Yang Menyatakan



(Mamluk Atus Sa'adah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya lah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Wadungasri Sidoarjo” dengan baik serta tepat waktu meskipun ada beberapa kendala. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Srata 1 (satu) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam proses perkuliahan sampai dengan pada saat penyusunan skripsi ini, Saya mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepadabsemua pihak yang telah mendukung dan mendukung dan membantu saya selama ini.

Terimakasih yang sangat besar dari relung hati saya yang paling dalam kepada :

1. Drs. Ec. Istiono , MBA. 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. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. 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.
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. 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. 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.

6. Seluruh sahabat dan keluarga besar DPM, BEM dan Himajur Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu, memberi semangat dan doa serta bantuan dalam menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi penyemangat.
7. Kedua orang tua saya, yang selalu membantu jerih payahnya, keringatnya, doa dan harapannya. Semangat yang selalu diberikan untuk memotivasi saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini sesegera mungkin. Teruntuk Ibunda tercinta, Junaidah, yang tak pernah lepas dari doa dalam setiap sujudnya. Tak lupa juga kepada Ayahanda, Sartanto, yang tak pernah mengeluh berjuang untuk saya, yang demikian membuat saya semangat menyelesaikan pendidikan saya.
8. Diri sendiri, yang selalu kuat, sabar, dan ikhtiar dalam berjuang untuk menempuh masa depan walaupun harus dihadapkan dalam berbagai hal yang sulit hingga bisa sampai saat ini.
9. Adik saya tersayang, yakni Moch. Adam Fais Abdillah yang selalu mendukung saya dan menemani saya mengerjakan skripsi ini dan menjadi penyemangat saya.
10. Raka Eka Syah Putra selaku supporting system saya dalam hal apapun, yang selalu setia sabar menemani serta membantu saya dalam perkuliahan serta proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada teman saya yang bernama Alvina teman dari SMA hingga saat ini dan teman saya dari TK hingga saat ini yang bernama Putri, Farah dan Adibah Terima kasih telah membantu saya dan mensupport selama mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
12. Kepada teman-teman seperjuangan saya dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini, yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah membantu saya selama perkuliahan.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah “ Setetes keringat orang tuaku seribu langkahku untuk maju “

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

Sidoarjo, 22 Juni 2023

(Mamluk Atus Sa'adah)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Lapis Kukus pahlawan Surabaya di Wadungasri Sidoarjo. Variabel penelitian ini adalah masyarakat Wadung Asri, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo yang pernah menjadi konsumen lapis kukus Surabaya. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil jawaban dari sampel yang telah dibagikan kepada konsumen Lapis Kukus Surabaya. Untuk menjawab serta menjabarkan hasil dari kerangka konseptual, peneliti menggunakan tiga pendekatan diantaranya direct marketing, kualitas produk, dan kualitas peroduk.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis linier berganda dan analisis ini menggunakan uji asumsi klasik untuk pengujian variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji (T), sedangkan metode analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji heteroskedasititas, dan uji multikolinearitas. Hasil dari penelitian ini adalah persepsi harga dan citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji T atau uji parsial, diperoleh nilai signifikansi variabel Persepsi Harga (X2) sebesar 0,005 dan nilai signifikansi variabel Citra Merek (X3) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa citra merek dengan kualitas produk memiliki penharuh uang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini diharap mampu memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai motivasi untuk pengembangan citra merek dan kualitas produk yang dipasarkan, bagi masyarakat umum maupun pembaca bahwa penelitian ini memberitahu jika konsumen mampu memberikan keputusan pembelian dapat dilihat melalui dua hal, yakni kualitas produk dan citra merek dalam suatu produk, selain itu penelitian ini diharap juga mampu digunakan sebagai penelitian yang relavan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Produk Lapis Kukus, Kualitas, Persepsi Harga, dan Citra Merek

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe the effect of product quality, price perception, and brand image on purchasing decisions for Lapis Kukus Pahlawan Surabaya at Wadungasri Sidoarjo. The variable of this research is the people of Wadung Asri, Waru District, Sidoarjo Regency who were once consumers of steamed lapis in Surabaya. The data used in this study are the results of answers from samples that have been distributed to consumers of Lapis Kukus Surabaya. To answer and describe the results of the conceptual framework, researchers used three approaches including direct marketing, product quality, and product quality.

The analysis technique used in this study is multiple linear analysis techniques and this analysis uses the classical assumption test for testing the dependent variable. Hypothesis testing uses the (T) test, while the data analysis method used is the normality test, heteroscedasticity test, and multicollinearity test. The result of this study is that the perception of price and brand image has an influence on purchasing decisions by consumers.

Based on the results of the analysis using the T test or partial test, the significance value of the Price Perception variable (X2) is 0.005 and the brand image variable (X3) is 0.000 <0.05. So it can be concluded that brand image with product quality has a significant influence on purchasing decisions.

It is hoped that this research will be able to provide benefits to companies as a motivation for developing brand image and product quality being marketed, for the general public and readers that this research tells consumers that they are able to make purchasing decisions can be seen through two things, namely product quality and brand image in a product. In addition, it is hoped that this research can also be used as a relevant research for further studies.

Keywords: Steamed Lapis Products, Quality, Perceived Price, and Brand Image

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Wadungasri Sidoarjo

Landasan untuk mengembangkan usaha tentu harus dipelajari dan dipahami oleh usahawan. Oleh sebab jurnal yang berjudul "Pengaruh Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Kukus Pahlawan Surabaya Di Wadungasri Sidoarjo" ini akan menjelaskan bagaimana Ia bisa bertahan bahkan bisa jadi berkembang di tengah era sekarang ini.

Jurnal ini ditulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif yang dilakukan di desa Wadung Asri. Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang ada di Wadung Asri dan sekitarnya penelitian ini disertai dengan metode menggunakan analisa jalur (path analysis) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian ini menyimpulkan (1) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lapis kukus Surabaya di Kecamatan Wadungsari Sidoarjo. (2) Persepsi harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lapis kukus Surabaya di Kecamatan Wadungsari Sidoarjo. (3) Citra Merek juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lapis kukus Surabaya di Wadungsari. (4) Secara bersamaan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian lapis kukus Surabaya di Kecamatan Wadungsari Sidoarjo. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi uji F yang lebih besar dibandingkan dengan nilai signifikansi yang telah ditentukan.

SUMMARY

**INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICE PERCEPTION AND BRAND
IMAGE ON PURCHASE DECISIONS OF LAPIS STEAMED
PAHLAWAN SURABAYA IN WADUNGASRI SIDOARJO**

The basis for developing a business must certainly be studied and understood by entrepreneurs. Because the journal entitled "The Effect of Product, Perceived Price and Brand Image on Purchasing Decisions of Lapis Steamed Heroes Surabaya at Wadungasri Sidoarjo" will explain how it can survive and even develop in the midst of today's era.

This journal is written using quantitative research with descriptive methods conducted in the village of Wadung Asri. The samples taken from this study were 100 respondents in the Asri Dam and its surroundings. This research was accompanied by a method using path analysis (path analysis) with the help of SPSS. The results of this study concluded (1) Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions for Surabaya steamed lapis in Wadungsari Sidoarjo District. (2) Perceived price also has a positive and significant influence on purchasing decisions for Surabaya steamed lapis in Wadungsari Sidoarjo District. (3) Brand Image also has a positive and significant influence on the purchasing decision of Surabaya steamed layer at Wadungsari. (4) Simultaneously, Product Quality, Perceived Price, and Brand Image simultaneously influence the purchasing decision of Surabaya steamed layer in Wadungsari Sidoarjo District. This can be proven from the significance value of the F test which is greater than the predetermined significance value.

DAFTAR ISI

COVER DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Pengertian perilaku Konsumen	9
2.1.4 Pengertian Keputusan Pembeli	9
2.1.4.1 Dimensi Keputusan Pembeli.....	10
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mepengaruhi Keputusan Pembeli.....	10
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembeli	11
2.1.5 Pengetian Kualitas Produk	11
2.1.5.1 Dimensi Kualitas Produk	11
2.1.5.2 Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Kualitas Produk	12
2.1.5.3 Indikator Kualitas Produk	12
2.1.6 Pengertian Persepsi Harga	13
2.1.6.1 Dimensi Persepsi Harga	13
2.1.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perspesi Harga.....	13

2.1.6.3 Indikator Persepsi Harga	14
2.1.7 Pengertian Citra Merek	14
2.1.7.1 Dimensi Citra Merek	15
2.1.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	16
2.1.7.3 Indikator Citra Merek	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2.1 Lokasi Penelitian	23
3.2.2 Waktu penelitian	23
3.3 Jenis Data Dan Sumber Data	23
3.3.1 Jenis Data	23
3.3.2 Sumber Data	24
3.4 Populasi Dan Sampel	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Sampel	24
3.4.3 Teknik Sampel	25
3.5 Batasan Operasional	25
3.6 Definisi Variabel	25
3.7 Definisi Operasional	26
3.8 Skala Pengukuran Variabel.....	27
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	28
3.9.1 Kuesioner	28
3.9.2 Studi Dokumentasi	28
3.9.3 Wawancara	28
3.9.4 Metode Analisis Data	28
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	28
3.10.1 Uji Validitas	28
3.10.2 Uji Reliabilitas	29
3.10.3 Uji Asumsi Klasik	29
3.11.1 Analisis Deskriptif	30
3.11.2 Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.12 Teknik Pengujian Hipotesis	31
3.12.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	31
3.12.2 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	31
3.12.3 Koefisien Determinasi (R^2)	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	33
4.2.1 Karakteristik Responden	33
4.3 Uji Instrumen	35
4.3.1 Uji Validitas	35
4.3.2 Uji reabilitas	35
4.4 Analisis Data	36
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	36
4.4.1.1 Uji Normalitas	36
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas	37
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas	38
4.5 Pengujian Hipotesis	39
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
4.5.2 Uji (F) Simultan.....	40
4.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	40
4.5.4 Uji T (Parsial)	41
4.6 Implikasi Penelitian	42
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian	42
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian	43
4.6.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian	43
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian	43
 BAB V PENUTUP.....	 45
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	45
 DAFTAR PUSTAKA	 47
LAMPIRAN.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	37
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskesasitas.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Karakteristik Pembelian	35
Tabel 4.5 Uji Validitas	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas	36
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	39
Tabel 4.9 Hasil Uji F	40
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear	40
Tabel 4.11 Hasil Uji T	42