

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
MAYBELLINE DI CHAROZA SURABAYA



Oleh :

ANISA DWI ANDRIANI
NBI : 1211900101

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

S K R I P S I

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
MAYBELLINE DI CHAROZA SURABAYA**



Di Ajukan Oleh :
ANISA DWI ANDRIANI
NBI : 1211900101

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK
MAYBELLINE DI CHAROZA SURABAYA**

SKRIPSI

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

Oleh :

ANISA DWI ANDRIANI
NBI : 1211900101

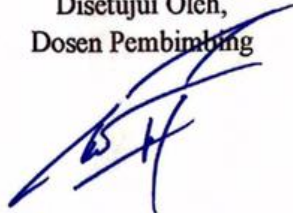
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Anisa Dwi Andriani
NBI : 1211900101
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Charoza Surabaya.

Surabaya, 20 Desember 2023

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Dr. Achmad. Yanu Alif Fianto, S.T., MBA.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal Desember 2023.

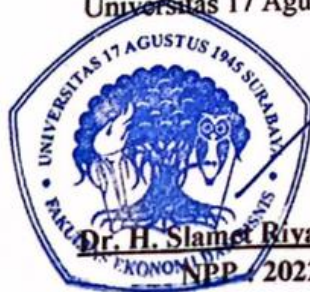
TIM PENGUJI

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, M.M
2. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, ST., MBA
3. Drs. Ec Rudy Santoso, MM

TANDA TANGAN :

- Ketua.....
- Anggota.....
- Anggota.....

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



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

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Anisa Dwi Andriani
2. NBI : 1211900101
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578115808000001
6. Alamat Rumah (KTP) : JL.Donokerto Baru D / 21, SBY.

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI CHAROZA SURABAYA”.
Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan serta pemikiran saya sendiri dan bukan hasil dari plagiat atau menyalin dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, tesis surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya maupun disertasi.

Demikian, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas apa yang saya perbuat dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa kaitanya dengan dosen pembimbing dan kelembagaan Fakultas Ekonomi Surabaya

Surabaya, 02 Februari 2024
Yang Membuat,



Anisa Dwi Andriani
NBI : 1211900101



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**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa :

Nama : Anisa Dwi Andtiani
NBI : 1211900101
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Program
Studi : Manajemen
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan

~~Penelitian/Makalah~~ 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, DAYA TARIK IKLAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI CHAROZA 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 : 13 Februari 2024

Yang Menyetujui



METERAI TEMPEL
4337FALX193516590
Anisa Dwi Andtiani
NBI : 1211900101

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Allah SWT 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 skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, S.T,MBA. selaku dosen pembimbing dan 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 yang dengan sabar dan telaten bersedia meluangkan waktu, pikiran dan tenangnya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangatberarti bagi peneliti selama menyusun, menulis dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr.H. 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. Slamet Riyadi, Msi., Ak. CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi danBisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pedidikan program SarjanaEkonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dra. 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. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang selama ini telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
6. Terima kasih untuk suamiku Syaiful Arif dan anakku Ahmad Dzeko Damar Panuluh tercinta yang telah memberikan semangat, kesempatan, dukungan nasihat dan doa disetiap langkah saya.

7. Cinta pertama dan panutanku Alm. Rokim, seseorang yang biasa saya sebut bapak dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah kini saya bisa berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis ilmiah sebagaimana perwujutan terakhir sebelum engkau benar-benar pergi. Terima kasih untuk semua yang engkau berikan. Terima kasih pak sudah mengantarkan saya berada ditempat ini, walaupun pada akhirnya saya harus berjuang sendirian tanpa kau temani.
8. Ibunda tercinta almh. Nurati yang selama hidupnya senantiasa memberikan doa yang luar biasa dan selalu mencurahkan kasih sayang tiada henti.
9. Kakakku tersayang Donny Wahyu Andriawan dan Kakak ipar Masruroh S.Mn yang paling aku cintai sudah mesupport, menasehati, dan memberikan dukungan maupun semangat selalu untuk adiknya agar kelak menjadi orang yang sukses
10. Terima kasih juga untuk grup SEHAT SELALU Annisa Royani dan Annisa Irchamna yang telah menemani, membantu, dan memberikan semangat kepada saya untuk selalu berusaha dan mencapai kesuksesan kelak.
11. Terima kasih juga untuk sahabat saya Novela Arisandi yang saya kenal dari jaman maba sampai sekarang ini terima kasih sudah menjadi teman baik saya selama dikampus.
12. Terima kasih juga para responden Charoza yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
13. Dan yang terakhir untuk diri saya sendiri. Anisa Dwi Andriani. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dansemaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

Surabaya, 12 Desember 2023

Penulis



Anisa Dwi Andriani

NBI : 1211900101

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik maybelline di charoza Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan data primer dan populasi dalam penelitian ini adalah semua orang di Surabaya yang pernah melakukan pembelian di Surabaya, teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu sebanyak 100 responden. Dengan pengujian hipotesis menggunakan teknik penyebaran kuesioner kepada responden.

Berdasarkan penelitian Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Produk Kosmetik Maybelline di Charoza Kota Surabaya. Hasil analisis dan kesimpulan yang diperoleh hanya berlaku pada mahasiswa/i Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sehingga daya tarik iklan penetapan kualitas produk diterima secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa variabel bebas yang berupa Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel keterikatan yaitu Keputusan Pembelian. Beberapa saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini, bahwa keputusan pembelian sebaiknya tetap diiringi dengan berdasar pada asas manfaat sebuah produk, tidak semata mata demi citra sosial dan kebutuhan gaya hidup, oleh karena itu dibutuhkan perencanaan dan pertimbangan yang baik meliputi tingkat ekonomi, dan nilai moral dan sosial saat hendak membeli produk. Penelitian ini masih sebatas meneliti kualitas produk, daya tarik iklan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The aim to be achieved by conducting this research is to determine and explain the influence of product quality, advertising attractiveness, and price on purchasing decisions for Maybelline cosmetic products in Charoza, Surabaya City. This research uses primary data and the population in this research is all people in Surabaya who have made purchases in Surabaya. The sample collection technique used was a purposive sampling method, namely 100 respondents. By testing the hypothesis using a technique of distributing questionnaires to respondents.

Based on research, product quality, advertising attractiveness and price have a significant positive effect on purchasing decisions for Maybelline cosmetic products in Charoza, Surabaya City. The results of the analysis and conclusions obtained only apply to students at the University of 17 August 1945 Surabaya. So that the attractiveness of advertising on product quality determination is partially accepted on purchasing decisions. This means that the independent variables in the form of Product Quality, Advertising Attractiveness, and Price simultaneously have an influence on the attachment variable, namely the Purchase Decision. Several suggestions that can be put forward in this research are that purchasing decisions should still be based on the principle of the benefits of a product, not solely for the sake of social image and lifestyle needs, therefore good planning and consideration is needed including economic levels and moral values. and social when wanting to buy a product. This research is still limited to examining product quality, advertising attractiveness, and price on consumer purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Advertising Attractiveness, Purchasing, Decision Price.

RINGKASAN

Penelitian ini di latar belakang oleh fenomena perkembangan produk kecantikan yang semakin menarik dan menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari para perempuan. Salah satunya adalah produk Kosmetik dari Maybelline. Keputusan konsumen dalam pembelian produk Maybelline ini tidak terjadi begitu saja, untuk itu ditetapkan tujuan penelitian yaitu untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan secara parsial, simultan dan yang paling dominan dari Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam pembelian produk Maybelline.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat hitung SPSS versi 22 dan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menggunakan uji t diperoleh bahwa pada variabel Kualiat Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk Maybelline dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel Daya Tarik Iklan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk Maybelline dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel Persepsi Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk Maybelline dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji F Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 65,390 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Pada variabel daya tarik iklan dan harga diperoleh nilai signifikan 0,000, yang artinya memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk Maybelline.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

SUMMARY

This research is motivated by the phenomenon of the development of beauty products which are increasingly attractive and becoming a part of women's daily lives. One of them is a cosmetic product from Maybelline. Consumer decisions in purchasing Maybelline products do not just happen, for this reason the research objective was set, namely to prove and analyze the partial, simultaneous and most dominant positive and significant influence of Product Quality, Advertising Attractiveness and Price on Consumer Decisions in purchasing products. Maybelline.

This research used a quantitative approach using the SPSS version 22 calculation tool and took a sample of 100 respondents. The results of research using the t test showed that the Product Quality variable (X1) had a positive and partially significant effect on consumer decisions in purchasing Maybelline products with a significance value of $0.000 < 0.05$. The advertising attractiveness variable (X2) has a positive and partially significant effect on consumer decisions in purchasing Maybelline products with a significance value of $0.000 < 0.05$. The Price variable (X3) has a positive and partially significant effect on consumer decisions in purchasing Maybelline products with a significance value of $0.000 < 0.05$. To test the hypothesis, use the F test: Product Quality, Advertising Attractiveness and Price have a positive and significant effect as evidenced by the calculated F value of 65.390 and a significance of $0.000 < 0.05$. For the advertising attractiveness and price variables, a significant value of 0.000 was obtained, which means it has the most dominant influence on consumer decisions in purchasing Maybelline products.

Keywords: Product Quality, Advertising Attractiveness, Purchasing, Decision Price

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>.....	x
RINGKASAN.....	xi
<i>SUMMARY</i>.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Kualitas Produk.....	10
2.1.3 Daya Tarik Iklan.....	12
2.1.4 Persepsi Harga.....	14
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4 Kerangka Konseptual.....	23
2.5 Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Tempat dan 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 Penelitian.....	26
3.4.1 Populasi Penelitian.....	26
3.4.2 Sampel Penelitian.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional.....	28
3.6.2 Definisi Operasional.....	29
3.7 Proses Pengolahan Data.....	30
3.8 Metode Analisa Data.....	30
3.8.1 Uji Validitas.....	30
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	32
3.9.1 Uji F (Uji Simultan).....	32
3.9.2 Uji t (Uji Parsial).....	33
3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Profil Kosmetik Maybelline.....	35
4.2 Deskripsi Hasil Peneliian.....	35
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	35
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.3 Uji Instrumen.....	41
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.4.1 Uji Normalitas.....	42
4.1.2 Uji Multikolonieritas.....	44
4.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.4 Analisis Data.....	46

4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.4.2 Koefisien Determinasi R^2	47
4.5 Teknik Pengujian Hipotesis.....	47
4.5.1 Uji T (Secara Parsial).....	47
4.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	48
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	49
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.6.2 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.6.4 Pengaruh Kualitas, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.7 Implikasi Penelitian.....	50
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kosmetik Top Brand Index Tahun 2022.....	2
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli.....	36
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	37
Tabel 4. 4 Perhitungan Analisis Variabel Kualitas Produk.....	37
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik Iklan.....	38
Tabel 4. 6 Perhitungan Analisis Variabel Daya Tarik Iklan.....	38
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	39
Tabel 4. 8 Perhitungan Analisis Variabel Harga.....	39
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4. 10 Perhitungan Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	44
Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4. 18 Hasil Uji T / Parsial.....	59
Tabel 4. 19 Hasil Uji F / Simultan.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsep Inti Pemasaran.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden Penelitian.....	59
Lampiran 2 Profil Responden.....	63
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Kuesioner.....	66
Lampiran 4 Uji Validitas.....	78
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	83
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	86
Lampiran 7 Uji Multikoliniertas.....	86
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas.....	87
Lampiran 9 Koefisien Determinasi.....	88
Lampiran 10 Hasil Uji T.....	88
Lampiran 11 Hasil Uji F.....	88
Lampiran 12 Kartu Bimbingan	89
Lampiran 13 Hasil turnitin.....	90