

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST* DAN *SALES*
PROMOTION TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
KLINIK KECANTIKAN ATHENA SURABAYA**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:

AINUR RACHMAWATI

1122000063

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *TRUST* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
KLINIK KECANTIKAN ATHENA SURABAYA**

SKRIPSI

Di Ajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:

AINUR RACHMAWATI

1122000063

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ainur Rachmawati

NBI : 1122000063

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion
terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan
Athena Surabaya

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 25 Juni 2024

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103


Dra. Awin Mulyati, M.M.

NPP. 20.120.920.283

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 25 Juni 2024

Dewan Penguji :

1. **Dra. Awin Mulyati, M.M.**
Ketua
2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**
Anggota
3. **Dra. Sri Andayani, M.M.**
Anggota

()
()
()

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ainur Rachmawati

NBI : 112200063

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya

Menyatakan Bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar - benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber data dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang - undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 25 Juni 2024

it pernyataan



(Ainur Rachmawati)



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 : Ainur Rachmawati
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
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 Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free
Right)*, atas karya saya yang berjudul :

**“ Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion terhadap
Kepuasan Pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya ”**

Dengan *Hak Bebas 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.

Dibuat di : Universitas 17 agustus 1945 surabaya
Pada Tanggal : 21 Juni 2024

nyatakan,

(Ainur Rachmawati)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS Al Baqarah 286)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang saya sayangi dan cintai khususnya kedua orang tua saya, terimakasih atas segala doa dan materi yang telah diberikan, sehingga saya dapat melanjutkan menempuh pendidikan hingga tingkat perguruan tinggi. Serta terimakasih kepada almamater tercinta, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan seluruh Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah banyak memberikan ilmu dan juga pengetahuan selama perkuliahan.

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena berkontribusi langsung pada retensi pelanggan, peningkatan penjualan, dan reputasi yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image, trust dan sales promotion terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Kecantikan Athena Surabaya. Penulis tertarik memilih judul ini karena adanya fenomena yang terjadi, yaitu adanya peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit yang membuat persaingan bisnis di industri perawatan kulit semakin meningkat. Hal itu menjadikan semakin banyak Perusahaan yang bergerak di industri perawatan kulit tumbuh di kota Surabaya. Penulis memilih Klinik Kecantikan Athena sebagai tempat yang diteliti karena Klinik Kecantikan Athena adalah salah satu klinik kecantikan yang didirikan oleh seorang dokter yang juga kerap mengedukasi masyarakat perihal perawatan kulit, cream abal abal didalam content nya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan klinik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih dengan cara mengandalkan pertimbangan peneliti atau faktor-faktor tertentu dalam pemilihannya. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang diajukan. Pengujian hipotesis ini dibuktikan melalui uji t (parsial) bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *Trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, juga *Sales Promotion* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Serta uji F (Simultan) dengan F hitung lebih besar dari F table. Dengan perolehan nilai determinasi (R^2) sebesar atau 23,3 %, sedangkan sisanya 76,8% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti variabel kualitas layanan, harga, word of mouth dan lain-lain.

Kata kunci : *Brand Image, Trust, Sales Promotion, dan Kepuasan Pelanggan.*

ABSTRACT

Customer satisfaction is very important for companies because it contributes directly to customer retention, increased sales and a good reputation. This research aims to determine and analyze the influence of brand image, trust and sales promotion on customer satisfaction at the Athena Beauty Clinic, Surabaya. The author was interested in choosing this title because of a phenomenon that has occurred, namely an increase in public awareness of the importance of skin care, which has increased business competition in the skin care industry. This makes more and more companies operating in the skin care industry grow in the city of Surabaya. The author chose the Athena Beauty Clinic as the place to be researched because the Athena Beauty Clinic is a beauty clinic founded by a doctor who also often educates the public about skin care, fake creams in its content. The method used in this research is quantitative by collecting data through questionnaires distributed to clinic customers. The sample used in this research consisted of 100 respondents who were selected by relying on the researcher's considerations or certain factors in their selection. The collected data was then analyzed using multiple regression analysis to test the proposed hypothesis. Testing this hypothesis was proven through the t test (partial) that Brand Image had no effect on customer satisfaction, Trust had an effect on customer satisfaction, and Sales Promotion had an effect on customer satisfaction. As well as the F test (Simultaneous) with the calculated F being greater than the F table. With the determination value (R^2) of 23.3%, the remaining 76.8% is explained by other variables not researched by the author, such as service quality, price, word of mouth and others.

Keywords: *Brand Image, Trust, Sales Promotion, and Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran tuhan Allah SWT karena berkat dan karunia-Nya akhirnya penuli dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion di Klinik Kecantikan Athena Surabaya”. Shalawat serta salam tak lupa penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menyebarkan islam serta memberikan motivasi dan semangat untuk terus belajar semoga limpahan rahmat dan hidayah-Nya senantiasa tercurah kepadanya. Setelah melalui proses yang cukup panjang dan usaha yang keras, serta do’a yang tidak pernah putus dari penulis. Tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dikatakan sempurna, untuk itu segala bentuk kritik dan saran dari semua pihak yang membaca skripsi ini akan penulis terima secara terbuka. Dalam Menyusun skripsi ini. Tidak sedikit penulis menghadapi kesulitan serta hambatan. Namun, atas izin Allah SWT, juga berkat usaha do’a, semangat, bimbingan serta dukungan yang penulis terima baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati ketulusan, perkenankan penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan kesehatan selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dengan penuh kesabaran, keramahan, dan keikhlasan, serta senantiasa memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Menjadi anak bimbingan ibu adalah nikmat yang selalu saya syukuri sampai saat ini. Semoga ibu selalu diberi kesehatan dan senantiasa dilindungi oleh Allah SWT.
3. Bapak Drs. Ute Chairuz M, Nasution, M.S. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan, kritik dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik. Menjadi anak bimbingan bapak adalah nikmat yang

selalu saya syukuri sampai saat ini. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan senantiasa dilindungi oleh Allah SWT.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membagikan ilmunya kepada penulis, dan membimbing penulis mulai semester 1 hingga akhir. Semoga segala ilmu yang diberikan menjadi bekal yang bermanfaat bagi kehidupan saya.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu saya dalam hal menyelesaikan seluruh persyaratan administrasi dan dokumen selama masa perkuliahan, hingga melakukan dan menyelesaikan penelitian.
7. Alm Kedua orang tua saya serta Alm kakek nenek saya yang saya sangat cintai yang senantiasa mendoakan setiap langkah kaki penulis dengan penuh keikhlasan.
8. Sahabat-sahabat kuliah Saya (Occa, Reta, Bela) yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta do'a kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Yang selalu memberikan solusi dan positive energi ketika sedang mengalami kesusahan. Terimakasih telah menjadi tempat untuk penulis berbagi segalanya dan terimakasih telah bersedia membagi segalanya kepada penulis.
9. Serta sahabat dari SMA (Habibah, Nanda, Sila, dan Tumi) yang juga memberikan dukungan berupa semangat dan do'a untuk menyelesaikan skripsi ini, serta menghibur penulis disaat pikiran sedang kalut.
10. Para rekan kerja Athena Surabaya, dan juga dr. Felly, dr Sheally terimakasih telah mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini, terutama untuk manager yang baik hati yaitu kak Neolita Dewi terimakasih banyak telah memberikan jalan kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.
11. Teruntuk sepupu saya yaitu Bertha terimakasih banyak telah memberikan bantuan dikala saya sedang membutuhkan bantuan, dan teruntuk Om saya Junet terimakasih telah mendukung saya dalam menjalankan perkuliahan.
12. Teruntuk teman-teman seluruh prodi Administrasi Bisnis lainnya, Jannah, Salsa Nando, Ardi, Erico dan Ikhsan terimakasih telah memberikan informasi dan membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita bisa menjadi orang-orang yang sukses, Aamiin.
12. Teruntuk diri saya sendiri, Terima kasih sudah menjadi kuat dan berjalan serta berjuang sejauh ini. Kamu hebat, setelah ini ayo wujudkan mimpi-mimpi yang lain ya dan terus semangat ya.

13. Terakhir, Terima Kasih kepada Alaika Kusuma Prakasa yang telah banyak membantu penulis dalam keadaan apapun, terimakasih selalu menjadi penyemangat saya, terimakasih telah memberikan dukungan yang selalu kamu berikan, dan terimakasih telah menemani saya dalam keadaan susah maupun senang.

Surabaya, 7 Juni 2024

Ainur Rachmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Pemasaran (Marketing)	22
2.2.2 Brand Image	26
2.2.3 Trust	32
2.2.4 Sales Promotion	36
2.2.5 Kepuasan Pelanggan	39
2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	43
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran.....	45
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel	45
2.6 Hipotesis	48
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Rancangan Penelitian	49
3.2 Populasi dan Sampel	49
3.2.1 Populasi.....	49

3.2.2 Sampel.....	50
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Pengukuran.....	51
3.3.1 Skala Pengukuran.....	51
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	52
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	54
3.4.1 Jenis Data	54
3.4.2 Sumber Data.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	55
3.6.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	56
3.6.3 Uji Hipotesis.....	57
BAB IV PENYAJIAN ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Penyajian Data	59
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.2 Visi	61
4.1.3 Misi	61
4.1.4 Karakteristik Responden	62
4.1.5 Uji instrumen.....	64
4.2 Tabulasi Data	65
4.2.1 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	65
4.2.2 Tabulasi Data Variabel Trust (X2).....	71
4.2.3 Tabulasi Data Variabel Sales Promotion (X3).....	77
4.2.4 Tabulasi Data Variabel Kepuasan pelanggan (Y)	82
4.2.5 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel.....	88
4.2.5.1 Analisis Rata-Rata Tabulasi Jawaban Responden Variabel Brand Image (X1).....	88
4.2.5.2 Analisis Rata-Rata Tabulasi Jawaban Responden Variabel Trust (X2)	89
4.2.5.3 Analisis Rata-Rata Tabulasi Jawaban Responden Variabel Sales Promotion (X3).....	90
4.2.5.4 Analisis Rata-Rata Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	91
4.2.5.5 Tabulasi Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Mean Tertinggi Dari Seluruh Variabel	93
4.3 Analisis Data	93
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	93
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	100
4.3.3 Uji Hipotesis.....	102
4.4 Pembahasan.....	105
4.4.1 Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan	105

4.4.2 Pengaruh Trust terhadap Kepuasan Pelanggan	106
4.4.3 Pengaruh Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan.....	106
4.4.4 Pengaruh Brand Image, Trust dan Sales Promotion terhadap Kepuasan Pelanggan	107
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4.2 Usia Responden.....	62
Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....	63
Tabel 4.4 Uji Validitas Kuisoner	64
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Kuisoner	65
Tabel 4.6 Data Variabel Brand Image.....	66
Tabel 4.7 Data Variabel Trust.....	71
Tabel 4.8 Data Variabel Sales Promotion	77
Tabel 4. 9 Data Variabel Kepuasan Pelanggan	82
Tabel 4.10 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Brand Image (X1)	88
Tabel 4.11 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Trust (X2)	89
Tabel 4.12 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Sales Promotion (X3)	90
Tabel 4.13 Hasil Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	91
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Nilai Mean Tertinggi Dari Seluruh Variabel.....	93
Tabel 4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	94
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	96
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas.....	97
Tabel 4.18 Uji Linearitas Variabel Brand Image.....	99
Tabel 4.19 Uji Linearitas Variabel Trust.....	99
Tabel 4.20 Uji Linearitas Variabel Trust.....	100
Tabel 4.21 Uji Regresi Linear Berganda.....	101
Tabel 4.22 Uji t (Uji Parsial)	102
Tabel 4.23 Uji F (Uji Simultan).....	104
Tabel 4.24 Uji R ²	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri dan Kecantikan di Indonesia (2014-2027)	2
Gambar 1.2 Klinik DRW Skincare Menangkap Persaingan Bisnis di Dunia Perawatan Kulit.....	3
Gambar 1.3 Athena Group Raih Penghargaan "The Best Beauty Clinic 2022"	6
Gambar 1.4 Data Pasien Klinik Kecantikan Athena Surabaya	7
Gambar 1.5 Penghargaan CNBC Indonesia Award 2023 dr. Richard Lee	8
Gambar 1.6 Promo Athena Goddess Beauty Desember 2023.....	9
Gambar 1.7 Promosi Klinik Kecantikan Athena Surabaya	10
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4.1 Suasana Klinik Kecantikan Athena Surabaya	59
Gambar 4.2 Ulasan Google Klinik Kecantikan Athena Surabaya.....	60
Gambar 4.3 Logo Klinik Kecantikan Athena.....	61
Gambar 4.4 Uji Normalitas dengan Model Histogram	95
Gambar 4.5 Uji Normalitas dengan Model P-Plot	95
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas Dengan Model Scatterplot.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisoner	
.....	
117	
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas	
.....	
146	
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik	
.....	
151	
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda	
.....	
156	
Lampiran 5 Uji Hipotesis	
.....	
157	
Lampiran 6 Bukti Foto Penelitian	
.....	
158	
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	
.....	
159	
Lampiran 8 Uji Turnitin	
.....	
160	
Lampiran 9 Lembar Revisi	162