

**PENGARUH TERPAAN PROMOSI *ONLINE*  
INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA “SAMBAL BU RUDY”  
(Survei Pada Followers Instagram  
@pusol.burudy)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

**GANTARI SHAFIA  
NBI 1152100213**

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

**PENGARUH TERPAAN PROMOSI *ONLINE*  
INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA “SAMBAL BU RUDY”  
(Survei Pada Followers Instagram  
@pusol.burudy)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan  
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-I  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

**GANTARI SHAFI  
NBI 1152100213**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**SURABAYA**

**2024**

## TANDA PERSETUJUAN 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: 3 Januari 2025

Dewan Penguji:

1. Drs. Edy Sudaryanto M.I.Kom

Ketua

(.....)

2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota

(.....)

3. Amalia Nurul Muthmainnah, S. I. Kom., MA

Anggota

(.....)

Mengesahkan

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,



**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama : Gantari Shafa**

**NIM : 1152100213**

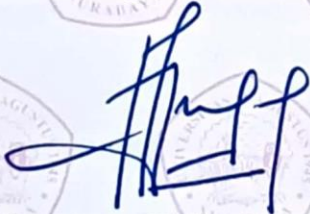
**Judul : Pengaruh Terpaan Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy).**


**Surabaya, 9 Januari 2025**

**Mengetahui**

**Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,**

**Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing,**

  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP**  
**NPP. 20120.87.0103**

  
**Drs. Edy Sudaryanto M.I.Kom**  
**NPP: 20130880165**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang betanda tangan di bawah ini:

Nama : Gantari Shafa  
NBI : 1152100213  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy).

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 dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber 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 diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 16 Desember 2024



(Gantari Shafa)



**Universitas 17 Agustus  
1945 Surabaya**

**Badan Perpustakaan**  
Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya  
Tlp. 031-593-1800 ( ext.311)  
Email: perpustakaan@untag-sby.ac.id

**PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Gantari Shafa  
NIM : 1152100213  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Sebagai 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 Terpaan Promosi Online Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy)”***

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, serta megolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Surabaya

Pada tanggal : 9 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Gantari Shafa

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan doa kepada penulis selama ini.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan serta nasihatnya agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Untuk diri saya sendiri yang telah semangat, percaya diri, dan berhasil berjuang sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana.
4. Untuk teman-teman saya yang senantiasa memberikan semangat kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Segenap civitas akademika Perguruan Tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya banggakan.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

**Nama** : Gantari Shafa  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Surabaya, 3 Oktober 2003  
**Alamat** : Jalan Jambangan RT.4 RW.2  
**Kebangsaan** : Indonesia  
**Jenis Kelamin** : Perempuan  
**Agama** : Islam  
**No. Telp / Email** : 082331289735 /  
[aerogantarishafaspace@gmail.com](mailto:aerogantarishafaspace@gmail.com)

### **Riwayat Pendidikan**

<b>Jenjang</b>	<b>Instansi</b>	<b>Jurusan</b>	<b>Periode</b>
SD	SDN Geluran 1 Sidoarjo	-	2009-2015
SMP	SMPN 21 Surabaya	-	2015-2018
SMA	SMA Kemala Bhayangkari 1 Surabaya	IPS	2018-2021
Strata I	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2021- Sekarang

## RINGKASAN

### **Gantari Shafa, 2024, Pengaruh Terpaan Promosi *Online* Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy**

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan promosi *online* melalui Instagram terhadap loyalitas konsumen produk Sambal Bu Rudy. Terpaan promosi *online* diukur melalui indikator variabel frekuensi, variabel atensi, dan variabel durasi pada periklanan dan promosi penjualan di Instagram @pusol.burudy. Loyalitas konsumen diukur melalui indikator pembelian berulang, rekomendasi produk kepada orang lain, serta ketidaktertarikan terhadap produk pesaing.

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif, memanfaatkan data primer melalui survei kuesioner dan data sekunder dari dokumentasi terkait. Data dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis untuk mengukur pengaruh variabel terpaan promosi *online* (independen) terhadap variabel loyalitas konsumen (dependen) secara simultan dan parsial.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa terpaan promosi *online* melalui Instagram @pusol.burudy memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa frekuensi, durasi, dan atensi terhadap promosi *online* memberikan kontribusi positif terhadap tingkat loyalitas konsumen. Mayoritas responden setuju bahwa mereka terpapar konten periklanan

dan promosi penjualan secara rutin dengan menunjukkan perhatian terhadap konten periklanan dan promosi penjualan yang ditawarkan serta durasi yang cukup. Loyalitas tercermin dari tingginya tingkat pembelian berulang, keinginan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain, serta ketidaktertarikan terhadap produk pesaing. Penelitian ini menegaskan pentingnya promosi *online* sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan didukung teori stimulus-respons (S-R) yang menyatakan bahwa stimulus berupa terpaan promosi *online* di Instagram @pusol.burudy berpengaruh terhadap respons berupa loyalitas konsumen terhadap produk Sambal Bu Rudy.

**Kata Kunci:** Terpaan Promosi *Online*, Loyalitas Konsumen, Instagram

## SUMMARY

*Gantari Shafa, 2024, **The Influence of Online Instagram Promotional Exposure on Consumer Loyalty Towards Sambal Bu Rudy (Survey on Instagram Followers @pusol.burudy)***

---

*This study aims to analyze the influence of online promotional exposure through Instagram on consumer loyalty toward Sambal Bu Rudy products. Online promotional exposure is measured using the variable indicators of frequency, attention, and duration in advertising and sales promotion on the Instagram account @pusol.burudy. Consumer loyalty is measured through indicators such as repeat purchases, product recommendations to others, and disinterest in competing products.*

*This research adopts a quantitative method, utilizing primary data obtained through surveys using questionnaires, interviews, and observations, as well as secondary data from relevant documentation. Data analysis is conducted using classical assumption tests, multiple linear regression tests, determination coefficient tests, and hypothesis testing to measure the influence of online promotional exposure variables (independent) on variables of consumer loyalty (dependent), both simultaneously and partially.*

*The findings of this study indicate that online promotional exposure through Instagram @pusol.burudy significantly influences consumer loyalty. The linear regression analysis shows that the frequency, duration, and attention to online promotions contribute positively to consumer loyalty. Most respondents agreed that they are*

*regularly exposed to advertising and sales promotion content, paying attention to the content offered, and engaging for a sufficient duration. Loyalty is reflected in the high levels of repeat purchases, willingness to recommend the product to others, and disinterest in competing products. This study emphasizes the effectiveness of online promotions as a strategy to enhance consumer loyalty, supported by the stimulus-response (S-R) theory, which states that the stimulus in the form of online promotional exposure on Instagram @pusol.burudy influences the response in the form of consumer loyalty toward Sambal Bu Rudy products.*

***Keywords: Online Promotional Exposure, Consumer Loyalty, Instagram***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Promosi *Online* Instagram Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sambal Bu Rudy (Survei Pada Followers Instagram @pusol.burudy)”. Penyusunan Skripsi Tahun Ajaran 2024 ini sesuai dengan arahan yang diberikan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, pada prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak baik moril maupun materil untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA. CPA selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

4. Bapak Drs. Edy Sudaryanto M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah meluangkan waktu waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Kedua Orang Tua Saya. Orang yang Hebat yang selalu menjadi Penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, Terimakasih untuk semuanya berkat doa dan dukungan mama dan papa saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi Mama dan Papa harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya
7. Kakak Terkasih, yang selalu menemani dan memberikan dukungan di momen-momen tersulit bagi peneliti.
8. Keluarga besar peneliti, khususnya yangti. Dengan tulus dan penuh rasa syukur peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada yangti yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan yang tiada hentinya, terima kasih selalu menjadi support system dalam setiap langkah yang peneliti.
9. Kepada Sahabat-sahabat terbaik saya. Terimakasih untuk setiap momen kebersamaan dalam perkuliahan ini. Dari tawa dalam tugas hingga dukungan di saat-saat sulit, selalu ada untuk

mendengar, memberi semangat. Persahabatan kita membuat masa kuliah penuh dengan kenangan indah dan pelajaran berharga.

10. Kepada diri sendiri, karena telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tidak pernah menyerah, meskipun proses penyusunan skripsi ini sangat sulit. Menyelesaikannya dengan sebaik dan semaksimal mungkin adalah pencapaian yang patut dibanggakan.
11. Semua Pihak yang membantu dalam proses proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih untuk semua doa dan dukungannya.

Surabaya, 18 Desember 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gantari Shafa', with a stylized flourish extending to the right.

Gantari Shafa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGATAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Landasan Teori .....	26
2.2.1 Konsep & Operasional Terpaan Promosi <i>Online</i> & Terpaan Media ....	27
a. Terpaan Promosi <i>Online</i> .....	27

b. Terpaan Media.....	28
2.2.2 Instagram sebagai Media Promosi <i>Online</i> .....	34
2.2.3 Konsep & Operasional Loyalitas Konsumen.....	36
a. Konsep Loyalitas Konsumen.....	36
b. Indikator Loyalitas Konsumen.....	36
2.2.4 Teori S-R.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran .....	39
2.4 Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	43
3.2 Jenis Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel .....	45
3.1.1 Populasi.....	45
3.1.2 Sampel.....	45
3.4 Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	46
3.4.1 Validitas Data.....	46
3.4.2 Reliabilitas Data.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Data Primer.....	48
a. Survei Kuesioner .....	48
3.5.2 Data Sekunder.....	50
a. Dokumentasi.....	50
3.6 Teknik Analisis Data .....	50
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	50
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas.....	51
3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi.....	53

3.6.4 Uji Hipotesis.....	53
3.6.4.1 Uji Uji T (parsial).....	53
3.6.4.2 Uji F (simultan).....	54
3.7 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel.....	55
3.7.1 Definisi Konsep.....	55
a. Terpaan Promosi <i>Online</i> (X).....	55
b. Loyalitas Konsumen (Y).....	57
3.7.2 Definisi Operasional.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah Sambal Bu Rudy.....	59
4.1.2 Karakteristik Responden .....	60
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.1.2.2 Berdasarkan Usia.....	60
4.1.2.3 Berdasarkan Domisili.....	61
4.1.3 Penilaian Responden Terhadap Butir Pertanyaan.....	61
4.1.3.1 Variabel Frekuensi (X1).....	61
4.1.3.2 Variabel Atensi (X2).....	62
4.1.3.3 Variabel Durasi (X3).....	63
4.1.3.4 Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	64
4.2 Penyajian.....	65
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	65
4.2.1.1 Uji Validitas.....	65
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.2.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	67
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	67
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas.....	68
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69

4.2.3 Hasil Regresi Linier Berganda.....	70
4.2.4 Uji Koefisien Determinasi.....	72
4.2.5 Uji Hipotesis.....	72
4.2.5.1 Uji Uji T (parsial).....	72
4.2.5.2 Uji F (simultan).....	73
4.2.6 Pembahasan.....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Rekomendasi.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun 2022-2024 .....	4
Tabel 1.2 Rekomendasi Sambal Bawang Terbaik.....	7
Tabel 1.3 Konten @pusol.burudy.....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.2 Teori S – R .....	38
Tabel 3.1 Skala Likert sebagai Instrumen Penelitian .....	49
Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	60
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	60
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan domisili .....	61
Tabel 4.4 Distribusi Variabel Frekuensi (X1) .....	61
Tabel 4.5 Distribusi Variabel Atensi (X2).....	62
Tabel 4.6 Distribusi Variabel Durasi (X3) .....	63
Tabel 4.7 Distribusi Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	64
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	65
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov- Smirnof Test.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier Berganda .....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72
Tabel 4.14 Uji T.....	72
Tabel 4.15 Uji F.....	73

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
-----------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial Favorit.....	6
Tabel 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode Scatterplots.....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Tabel 1. 1 Pernyataan Kuesioner .....	87
Tabel 1. 2 Tampilan Kuesioner .....	91
Tabel 1. 3 Output SPSS Deskripsi Responden .....	94
Tabel 1. 4 Output SPSS Uji Validitas .....	95
Tabel 1. 5 Output SPSS Uji Reabilitas .....	98
Tabel 1. 6 Output SPSS Uji Asumsi Klasik .....	100
Tabel 1. 7 Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda.....	101
Tabel 1. 8 Output SPSS Uji Koefisien Determinasi .....	101
Tabel 1. 9 Output SPSS Uji Hipotesis.....	101
Tabel 1. 10 Tabulasi dan Responden.....	102
Tabel 1. 11 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1 .....	117
Tabel 1. 12 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2.....	118
Tabel 1. 13 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3.....	119
Tabel 1. 14 Kartu Bimbingan .....	120
Tabel 1. 15 LoA Jurnal Sintesa .....	122
Tabel 1. 16 Surat Keterangan Bebas Turnitin .....	123