

SKRIPSI

**PENGARUH ULASAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PARFUM MEREK MINISO DI MARKETPLACE
(Studi Kasus Konsumen Pada Kecamatan Sukolilo Surabaya)**



Oleh :

MUHAMMAD MIRZAO SHOFIURROCHMAN
NBI : 1212100042

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

2025

**PENGARUH ULASAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PARFUM MEREK MINISO DI MARKETPLACE**

(Studi Kasus Konsumen Pada Kecamatan Sukolilo Surabaya)

SKRIPSI

**DISUSUN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MENDAPATKAN
GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Disusun Oleh:

Muhammad Mirzaq Shofiurrochman

NBI : 1212100042

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Muhammad Mirzaq Shofiurrochman

NBI 1212100042

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Ulasan Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Miniso Di Marketplace (studi kasus konsumen di kecamatan sukolilo Surabaya)

Surabaya, 25 Agustus 2025
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing



(Dr. Endah Budiarti. MSc)

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan 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 25 Agustus 2025

TIM PENGUJI :

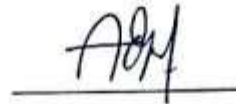
1. Dr. Endah Budiarti, MSi

- Ketua



2. Drs. Ec. I. A. Nuh Kartini, M.M

- Anggota



3. Drs. Ec. Istiono, MBA

- Anggota



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



Prof. Dr. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA, C.T.A.

NPP. 20220.93.0319

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Muhammad Mirzaq Shofiurrochman
2. NBI 1212100042
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) 3578091011030003
6. Alamat Rumah (KTP) : Menur II/ No 77

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh Ulasan Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Miniso di Marketplace (Studi Kasus Konsumen Pada Kecamatan Sukolilo Surabaya)”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa artikel, skripsi, 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 dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya 25 Agustus 2025

Yang Membuat,

(Muhar



rochman)



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 : Muhammad Mirzaq Shofiurrochman
NBI : 1212100042
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 Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH ULASAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM MEREK MINISO DI MARKETPLACE (Studi Kasus Konsumen Pada Kecamatan Sukolilo Surabaya)

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

Yang Menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa 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 yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan Terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukan kepada :

1. Dr. Endah Budiarti, M.Si. selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih 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. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. 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., CPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomis 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 Pristiani, 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. Saya juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan moral dan materi, serta doa yang tak henti-hentinya untuk kelancaran studi saya.
6. Untuk orang tua saya, terima kasih atas cinta, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti. Juga kepada kakak dan adik saya yang selalu memberi semangat dan kebahagiaan dalam setiap langkah saya.
7. Terima kasih juga kepada beberapa teman KKN saya seperti Reyhan, Dhany, Ghania, Dimas, Wardhana, Fredy, Yuni, Angga, dan Jerri yang telah banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran hidup yang berharga. Kebersamaan kami selama kegiatan KKN sangat berarti dan memberi inspirasi dalam menjalani kehidupan.
8. Saya juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh teman kuliah pagi dan sore saya, yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menjalani perkuliahan. Diskusi-diskusi yang penuh semangat, tawa, dan kerja keras menjadi bagian dari perjalanan saya yang tidak akan terlupakan
9. Kepada Adelia Xaviera Tsaniyah pasangan LDR saya, yang meskipun terpisah jarak, selalu memberikan dukungan penuh, cinta, dan perhatian yang luar biasa.

Terima kasih atas pengertian, kesabaran, dan rasa cinta yang selalu membuat saya tetap semangat dan kuat.

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 *“Berjuanglah dengan sepenuh hati, jangan pernah menyerah, karena setiap langkah yang kita ambil menuju impian adalah langkah menuju kesuksesan”* Orang yang pintar bukanlah orang yang merasa pintar, akan tetapi ia adalah orang yang merasa bodoh, dengan begitu ia tak akan pernah berhenti untuk belajar

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

RINGKASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh ulasan produk, kualitas produk, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian parfum merek Miniso di *marketplace*, dengan fokus pada konsumen di Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Fenomena pergeseran perilaku konsumen menuju belanja daring, khususnya untuk produk sensori seperti parfum yang tidak dapat diuji coba langsung, melatarbelakangi urgensi penelitian ini. Keterbatasan pengalaman langsung dalam pembelian parfum di *marketplace* menyoroti peran penting ulasan konsumen, representasi kualitas produk secara digital, dan kelengkapan serta keakuratan informasi sebagai pengganti interaksi fisik.

Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen parfum Miniso di Kecamatan Sukolilo, dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan metode regresi linier berganda menggunakan SPSS, setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, ulasan produk ($p=0.019$), kualitas produk ($p=0.006$), dan kualitas informasi ($p=0.036$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian parfum merek Miniso. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi konsumen yang terbentuk dari informasi digital tersebut berperan krusial dalam keputusan pembelian di lingkungan *e-commerce*.

Secara simultan, ulasan produk, kualitas produk, dan kualitas informasi secara bersama-sama berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian parfum Miniso di *marketplace*. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi Miniso dan penjual di *marketplace* untuk mengelola ulasan secara proaktif, menyajikan deskripsi dan visual produk yang representatif dan menarik, serta memastikan transparansi dan kelengkapan informasi demi membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini turut memperkaya literatur manajemen pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen dalam belanja daring untuk produk sensori.

SUMMARY

This study analyzes the influence of product reviews, product quality, and information quality on purchasing decisions for Miniso brand perfume in the marketplace, focusing on consumers in Sukolilo District, Surabaya. The phenomenon of shifting consumer behavior towards online shopping, especially for sensory products such as perfume that cannot be tested directly, is the background to the urgency of this study. The limited direct experience in purchasing perfume in the marketplace highlights the important role of consumer reviews, digital representation of product quality, and completeness and accuracy of information as a substitute for physical interaction.

Using a quantitative approach, this study involved 100 respondents who were Miniso perfume consumers in Sukolilo District, selected through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression methods using SPSS, after going through validity, reliability, and classical assumption tests. The results of the analysis showed that partially, product reviews ($p = 0.019$), product quality ($p = 0.006$), and information quality ($p = 0.036$) had a positive and significant influence on purchasing decisions for Miniso brand perfume. These findings indicate that consumer perceptions formed from digital information play a crucial role in purchasing decisions in the e-commerce environment.

Simultaneously, product reviews, product quality, and information quality together contribute significantly to Miniso perfume purchasing decisions in the marketplace. The practical implications of this study are the importance for Miniso and sellers in the marketplace to proactively manage reviews, present representative and attractive product descriptions and visuals, and ensure transparency and completeness of information in order to build consumer trust. This study also enriches the marketing management literature, especially regarding consumer behavior in online shopping for sensory products.

ABSTRAK

PENGARUH ULASAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PARFUM MEREK MINISO DI MARKETPLACE (Studi Kasus Konsumen Pada Kecamatan Sukolilo Surabaya)

Pertumbuhan e-commerce yang pesat menjadikan marketplace sebagai saluran utama pembelian produk, termasuk parfum merek Miniso. Faktor seperti ulasan produk (rating, konten, sentimen, jumlah ulasan), kualitas produk (aroma, daya tahan, bahan, desain), dan kualitas informasi (akurasi, relevansi, kelengkapan) diduga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian parfum Miniso di marketplace, dengan studi kasus pada konsumen Kecamatan Sukolilo, Surabaya.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif-kausal. Populasi mencakup warga Surabaya Timur yang pernah membeli parfum Miniso melalui marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada). Sampel sebanyak 100 responden dipilih dengan rumus Lemeshow, berusia ≥ 18 tahun dan pernah membeli minimal satu kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 25, setelah melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas).

Hasil analisis menunjukkan: (1) Ulasan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ($\beta = 0.238$, $p = 0.019$); (2) Kualitas produk merupakan faktor paling dominan ($\beta = 0.243$, $p = 0.006$), terutama performa aroma dan daya tahan; (3) Kualitas informasi berpengaruh signifikan meskipun lebih rendah ($\beta = 0.172$, $p = 0.036$). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan ($F = 114.880$, $p = 0.000$) dengan koefisien determinasi (R^2) 78.2%, menunjukkan kontribusi besar dalam menjelaskan keputusan pembelian. Implikasinya, Miniso disarankan meningkatkan kualitas produk, mengoptimalkan ulasan autentik, dan menyajikan informasi akurat.

Kata kunci: Ulasan produk, kualitas produk, kualitas informasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT REVIEWS, PRODUCT QUALITY AND INFORMATION QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF MINISO BRAND PERFUME IN THE MARKETPLACE (Case Study of Consumers in Sukolilo District, Surabaya)

The rapid growth of e-commerce has made the marketplace the main channel for purchasing products, including Miniso brand perfume. Factors such as product reviews (rating, content, sentiment, number of reviews), product quality (aroma, durability, material, design), and information quality (accuracy, relevance, completeness) are thought to influence consumer purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of these three variables on purchasing decisions for Miniso perfume in the marketplace, with a case study of consumers in Sukolilo District, Surabaya.

The study used a quantitative descriptive-causal approach. The population includes residents of East Surabaya who have purchased Miniso perfume through the marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada). A sample of 100 respondents was selected using the Lemeshow formula, aged ≥ 18 years and had purchased at least once. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression using SPSS 25, after going through validity, reliability, and classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity).

The results of the analysis show: (1) Product reviews have a significant and positive effect on purchasing decisions ($\beta = 0.238$, $p = 0.019$); (2) Product quality is the most dominant factor ($\beta = 0.243$, $p = 0.006$), especially aroma performance and durability; (3) Information quality has a significant effect although lower ($\beta = 0.172$, $p = 0.036$). Simultaneously, the three variables have a significant effect ($F = 114.880$, $p = 0.000$) with a determination coefficient (R^2) of 78.2%, indicating a large contribution in explaining purchasing decisions. The implication is that Miniso is advised to improve product quality, optimize authentic reviews, and present accurate information.

Keywords: Product reviews, product quality, information quality, purchasing decisions

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Ulasan Produk	11
2.1.4 Kualitas Produk	18
2.1.5 Kualitas Informasi	21
2.1.6 Keputusan Pembelian	23
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2 Hubungan Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	30
2.2.1 Hubungan Antara Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	30

2.2.2	Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.2.3	Hubungan Antara Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.4	Hubungan Antara Ulasan Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3	Kerangka Konseptual.....	34
2.4	Hipotesis	34
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Tempat Dan Waktu Penelitian.....	34
3.3	Jenis Dan Sumber Data.....	34
3.4	Populasi Dan Sampel.....	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel	36
3.4.3	Ukuran Sampel	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Definisi Variabel Dan Definisi Operasional	38
3.6.1	Definisi Variabel	38
3.6.2	Definisi Operasional	40
3.6.3	Definisi Variabel Operasional	41
3.6.4	Penggunaan Skala Likert.....	44
3.7	Proses Pengolahan Data.....	44
3.8	Metode Analisis Data.....	45
3.8.1	Uji Instrumen Data	45
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	46
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis Dan Analisis Data.....	48
3.9.1	Pengujian Hipotesis	48
3.9.2	Analisis Data	50
3.9.3	Interpretasi Hasil Analisis	51

BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Kecamatan Sukolilo Surabaya	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Sukolilo	56
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	57
4.2.5. Uji Statistik Deskriptif.....	57
4.3 Uji Instrumen	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	62
4.4 Analisis Data.....	63
4.4.1 Uji Normalitas	63
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	64
4.4.3 Uji Heterokedasitas.....	65
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.5 Pengujian Hipotesis	68
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi.....	68
4.5.2 Uji F (Simultan).....	69
4.5.3 Uji t (Parsial)	70
4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	72
4.6.1 Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Miniso di Marketplace.....	72
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Miniso di Marketplace	73
4.6.3 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Miniso di Marketplace	73
4.6.4 Pengaruh Ulasan Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Informasi Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Parfum Merek Miniso di Marketplace.....	74
4.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)	74

4.7	Implikasi Penelitian	74
4.7.1	Implikasi Teoritis.....	75
4.7.2	Implikasi Praktis.....	76
4.8	Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V		77
PENUTUP		77
5.1	Simpulan.....	77
5.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LAMPIRAN		82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1 Kecamatanamatan Sukolilo	53
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omset Penjualan Parfum Miniso	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Sukolilo.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	57
Tabel 4.5 Uji Deskriptif.....	58
Tabel 4.6 Deskriptif Ulasan Produk	58
Tabel 4.7 Deskriptif Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Informasi.....	59
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Penelitian	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinan	69
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)	70
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Partial).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner.....	82
LAMPIRAN 2 Tabulasi Data.....	87
LAMPIRAN 3 Uji Deskriptif.....	97
LAMPIRAN 4 Uji Validitas.....	98
LAMPIRAN 5 Uji Reliabilitas	104
LAMPIRAN 6 Uji Asumsi Klasik	104
LAMPIRAN 7 Analisis Data.....	106
LAMPIRAN 8 Pengujian Hipotesis	107
LAMPIRAN 9 Tabel r_{tabel}	108
LAMPIRAN 10 Kartu Bimbingan	109