

SKRIPSI

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LUXCRIME DI *E COMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Oleh :

VIKA AYU NURFADILAH
NBI : 1212200187

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

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI *E COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA
PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

Vika Ayu Nurfadilah

NBI : 1212200187

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA
MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**



Oleh :
Vika Ayu Nurfadilah
NBI : 1212200187

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK LUXCRIME DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA
MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

SKRIPSI

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

**DIAJUKAN OLEH:
VIKAA YU NURFADILAH
1212200187**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Vika Ayu Nurfadilah
NBI : 1212200187
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming*, *Online Customer Review*, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Luxcrime Di *E-commerce* Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 09 Oktober 2025
Mengetahui / Menyetujui Pembimbing,



Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM



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 : Vika Ayu Nurfadilah
NBI/ NPM : 1212200187
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
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 Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LUXCRIME DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 7 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Vika Ayu Nurfadilah

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Vika Ayu Nurfadilah
2. NBI : 1212200187
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3516014509040003
6. Alamat Rumah (KTP) : Jatirejo, Mojokerto

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

"PENGARUH *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK LUXCRIME DI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945"

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyandur dari karya tulis ilmiah orang lain berupa Artikel, Skripsi, Tesis Maupun Disertasi. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi saya 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Surabaya, 28 November 2025

Yang membuat



Vika Ayu Nurfadilah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang dengan kasihnya telah memberi penulis kesempatan untuk melanjutkan program Sarjana Ekonomi dan Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945., atas penyertaannya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Selain itu, Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, dalam kesempatan penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE., MM, sebagai dosen pembimbing yang telah menghabiskan waktu, energi, dan berpikir, dalam memberikan arahan, perhatian, masukan, dan saran yang amat berguna dengan penuh kesabaran dan dedikasi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih karena telah memberikan banyak dukungan dalam kelancaran proses perkuliahan penulis.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. Hj Ratnawati, Ak., MS., CA., CPA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, penulis mengucapkan terima kasih atas kesempatan, fasilitas, dan panduan yang telah diberikan selama menjalani proses pendidikan dalam Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., S.E., M.M., Selaku Kepala Program Studi Manajemen di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberi kesempatan serta izin kepada penulis untuk menjalankan riset. Penulis juga mengucapkan terima kasih karena telah banyak berkontribusi dalam kelancaran kegiatan perkuliahan penulis.
5. Seluruh Bpk/Ibu Dosen yang tidak bisa penulis sebutkan satumpersatu, dimana telah banyak mendukung dan membantu penulis dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta seluruh keluarga besar Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak membantudan mendukung penulis dari awal perkuliahan hingga akhir ujian skripsi.
7. Terima kasih tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta saya yakni Ayahanda Syamsul dan Ibunda Lilik Nurmiasih, yang dengan segala pengorbanan, kerja

keras, dan kasih sayang tulusnya selalu mendukung saya dalam setiap langkah. Meski tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, mereka tidak pernah lelah mengusahakan yang terbaik untuk saya. Doa, motivasi, dan dukungan mereka menjadi kekuatan terbesar hingga saya berhasil menyelesaikan skripsi ini dan meraih gelar Sarjana Manajemen. Terimakasih sudah mengantarkan saya berada ditempat ini. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untuk kalian. Sehat selalu dan Panjang umur karena ibu harus selalu ada disetiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis. Ayah, Ibu, putri kecilmu kini telah dewasa dan siap menggapai yang lebih tinggi.

8. Saudara – saudara tercinta, Kepada Kakak saya Andri Kurniawan dan Eko Dwi Prasetyo. Terima kasih atas segala kasih sayang dan pengorbanannya untuk ikut serta membantu untuk menguliahkan penulis, Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan, keberkahan, kesehatan, penulis sangat bersyukur memiliki kalian.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya yaitu sahabat dan teman teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi sahabat serta teman dari perjalanan hidup saya selama kuliah. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada saya. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah. Terimakasih. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untuk kalian.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih sebesar- besarnya kepada semua individu yang telah mengambil bagian dalam membantu pembuatan skripsi ini yang belum sempat penulis sebutkan satu persatu.
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri Vika Ayu Nurfadilah. karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran, serta keuangan dan perekonomian sendiri dengan sangat amat baik sehingga dapat menyelesaikan biaya perkuliahan dengan hasil jerih payah sendiri, Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, terimakasih sudah sekuat ini, dan maaf jika jalan yang kuambil membuatmu kesusahan.

Surabaya, 28 November 2025

Vika Ayu Nurfadilah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh variabel Live Streaming, Online Customer Review, dan Brand Awareness secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Luxcrime pada pengguna Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan sebanyak 100 responden digunakan sebagai sampel penelitian. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengolahan data melalui SPSS 25. Teknik analisis yang diterapkan yaitu analisis regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F, serta uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (2) Online customer review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; (3) Brand awareness juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; serta (4) Secara simultan, live streaming, online customer review, dan brand awareness berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Luxcrime di Shopee. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) bahwa variabel *live streaming* (X1), *online customer review* (X2), *brand awareness* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 49,6%. Sedangkan sisanya 51,9 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Live Streaming, Online Customer Review, Brand Awareness, Keputusan Pembelian.*

ABSTRACT

This study aims to analyze and prove the simultaneous influence of Live Streaming, Online Customer Review, and Brand Awareness variables on purchasing decisions for Luxcrime cosmetic products among Shopee users. The population in this research consists of female students of the Management Study Program at the University of 17 August 1945 Surabaya, with a total of 100 respondents used as the research sample. The method employed is a quantitative approach, with data processed using SPSS 25. The analytical techniques applied include multiple linear regression analysis, hypothesis testing using t-test and Ftest, as well as validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity tests, and the coefficient of determination (R^2).

The results show that: (1) Live streaming has a positive and significant effect on purchasing decisions; (2) Online customer review has a positive and significant effect on purchasing decisions; (3) Brand awareness also has a positive and significant effect on purchasing decisions; and (4) Simultaneously, live streaming, online customer review, and brand awareness have a significant influence on purchasing decisions for Luxcrime cosmetic products on Shopee. Meanwhile, the coefficient of determination (R^2) indicates that the variables live streaming (X_1), online customer review (X_2), and brand awareness (X_3) collectively influence purchasing decisions (Y) by 49.6%. The remaining 51.9% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Live Streaming, Online Customer Review, Brand Awareness, Purchase Decision.*

RINGKASAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet mendorong meningkatnya aktivitas belanja online di Indonesia. Shopee menjadi marketplace yang paling banyak digunakan karena menghadirkan fitur interaktif seperti live streaming dan ulasan pelanggan. Dalam perkembangan industri kosmetik lokal, Luxcrime menjadi salah satu merek yang populer dan banyak dibeli melalui Shopee.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *live streaming*, *online customer review*, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Luxcrime. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan 100 responden mahasiswi Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan diolah menggunakan SPSS 25 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variable *live streaming*, *online customer review*, dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Nilai R^2 sebesar 49,6%, sementara 51,9% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

SUMMARY

The development of information technology and the internet has increased online shopping activities in Indonesia. Shopee has become the most widely used marketplace because it offers interactive features such as live streaming and customer reviews. In the growth of the local cosmetic industry, Luxcrime has emerged as one of the most popular brands frequently purchased through Shopee.

This study aims to analyze the influence of live streaming, online customer review, and brand awareness on purchasing decisions for Luxcrime products. The research uses a quantitative method with 100 respondents, who are female students of the Management Study Program at the University of 17 August 1945 Surabaya. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and processed with SPSS 25 through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2).

The results show that the three variables live streaming, online customer review, and brand awareness have a positive and significant effect both partially and simultaneously on purchasing decisions. The R^2 value is 49.6%, while the remaining 51.9% is influenced by other factors outside this study.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
RINGKASAN.....	xi
SUMMARY.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.3 Live Streaming.....	15
2.1.4 Online Customer Review.....	18
2.1.5 Brand Awareness.....	19
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Hubungan <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.3 Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.4 Hubungan <i>Live Streaming, Online Customer review, Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27

2.4 Kerangka Konseptual.....	28
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2.1 Tempat Penelitian.....	31
3.2.2 Waktu Penelitian.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1 Jenis Data.....	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.4.1 Populasi Penelitian.....	32
3.4.2 Sampel Penelitian.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Definisi Variabel Dan Defini Operesional Variabel.....	34
3.6.1 Definisi Variabel.....	34
3.6.2 Definisi Operasional.....	35
3.7 Proses Pengolahan Data.....	37
3.8 Metode Analisis Data.....	38
3.9 Uji Instrumen (uji Validitas dan Uji Realibitas).....	38
3.9.1 Uji Validitas.....	38
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	39
3.10.1 Teknik Analisis Data.....	39
3.10.2 Teknik Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2 Visi Dan Misi Shopee.....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.2.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Live Streaming</i>	46
4.3 Uji Instrumen.....	51
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.4 Analisis Data.....	53
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	53

4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.5 Pengujian Hipotesis.....	58
4.5.1 Uji t (Signifikan Parsial).....	58
4.5.2 Uji F (Signifikan Simultan).....	59
4.6 Koefisien Determinasi R ²	59
4.7 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	60
4.7.1 Pengaruh Parsial <i>Live Streaming</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.7.2 Pengaruh Parsial <i>Online Customer Review</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.7.3 Pengaruh Parsial Brand Awareness (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.7.4 Pengaruh <i>Live Streaming, Online Customer Review</i> dan <i>Brand Awareness</i> Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.8 Implikasi Penelitian.....	63
4.8.1 Live Streaming (X1).....	63
4.8.2 Online Customer Review (X2).....	64
4.8.3 Brand Awareness (X3).....	64
4.9 Keterbatasan Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 E-Commerce yang Sering Diakses di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Penjualan Luxcrime 2023.....	4
Gambar 1. 4 Fitur Online Customer Review Di Shopee.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 3 Rata-rata Jawaban Responden untuk Live Streaming.....	46
Tabel 4. 4 Rata-rata Jawaban Responden untuk Online Customer Review.....	47
Tabel 4. 5 Rata-rata Jawaban Responden untuk Brand Awareness.....	48
Tabel 4. 6 Rata-rata Jawaban Responden untuk Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4. 12 Regresi Linear Berganda.....	57
Tabel 4. 13 Uji t.....	58
Tabel 4. 14 Uji f.....	59
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi R ²	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	77
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	82
Lampiran 3. UJI VALIDITAS.....	94
Lampiran 4. UJI RELIABILITAS.....	95
Lampiran 5. UJI NORMALITAS.....	96
Lampiran 6. UJI MULTIKOLONIERITAS.....	96
Lampiran 7. UJI HETEROSKEDASTISITAS.....	97
Lampiran 8. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....	97
Lampiran 9. UJI T (Parsial).....	97
Lampiran 10. UJI F (Simultan).....	98
Lampiran 11. UJI KOEFISIEN DETERMINASI ().....	98
Lampiran 12. Surat Permohonan Data.....	99
Lampiran 13. Surat Balasan Permohonan Data.....	100
Lampiran 14. Kartu Bimbingan.....	101
Lampiran 15. Bukti Publikasi.....	102
Lampiran 16. Hasil Turnitin.....	103