

SKRIPSI

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KEAMANAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KLINIK MS GLOW

(Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetics Clinic Surabaya Timur)



Oleh :

SOFIATUS SOLEHA
(1212200357)

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

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*,
KEAMANAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KLINIK MS
GLOW**

**(Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetics Clinic Surabaya
Timur)**



**Di Ajukan Oleh :
Sofiatus Soleha
(1212200357)**

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

SKRIPSI

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*,
KEAMANAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KLINIK MS
GLOW**

**(Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetics Clinic Surabaya
Timur)**



**Di Ajukan Oleh :
Sofiatus Soleha
(1212200357)**

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

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KEAMANAN
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KLINIK MS GLOW**

(Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetics Clinic Surabaya Timur)

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Di Ajukan Oleh :
Sofiatus Soleha
(1212200357)**

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

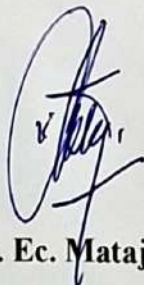
2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Sofiatas Soleha
NBI : 1212200357
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KEAMANAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KLINIK MS GLOW (STUDI PADA MS GLOW AESTHETICS CLINIC DI SURABAYA TIMUR)

Surabaya, 4 Desember, 2025

Mengetahui / Menyetujui Pembimbing,



(Drs. Ec. Mataji, MM)

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 13 Desember 2025.

TIM PENGUJI:

1. Drs. Ec. Istiono, MBA

Ketua

2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM

Anggota

3. Drs. Ec. Mataji, MM

Anggota

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA.

NPP. 20220.85.0043

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya ,yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkao (KTP) : Sofiatus Soleha
2. NBI : 1212200357
3. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK : 35778116805030002
6. Alamat Rumah (KTP) : Kebon Dalem VII no.58 Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*, KEAMANAN
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KLINIK MS GLOW (STUDI PADA MS GLOW AESTHETICS
CLINIC DI SURABAYA TIMUR)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya susun merupakan hasil karya,dan pemikiran saya sendiri. Naskah tersebut tidak berasal dari tindakan plagiasi,penyalinan,maupun penjiplakan terhadap karya ilmiah pihak lain,baik berupa artikel, tesis, maupun disertasi.

Pernyataan ini saya buat secara sadar dan penuh tanggung jawab. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi yang saya hasilkan mengandung unsur plagiasi, saya bersedia menerima segala bentuk sanksi dan mempertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surabaya, 4 Desember 2025



Sofiatus Soleha



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 : Sofiatius Soleha

NBI : 1212200357

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi: Manajemen

Jenis Karya : 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 *Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*, Keamanan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Klinik Ms Glow (Studi Pada Ms Glow Aesthetics Clinic Di Surabaya Timur)”

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

Pada Tanggal : 10 Januari 2025

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 Manajemen 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. Drs. Ec. Mataji, MM., 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. Harjo Seputro, ST., MT., 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. Hj. Tri Ratnawati, Ak., M.S., CA., CPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi 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. Gustaf Naufan Febrianto, A.Md., S.E., M.M., 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. Cinta pertama dan panutanku, Ayahnda Muhtar dan kepada pintu surgaku Ibunda Sakdiyah. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memerikan yang terbaik untukku, tak kenal Lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga ayah dan ibu Panjang umur dan sehat selalu.

6. Untuk teman-teman seperjuangan, Nafa Hikmatul. L, Ach Sabang Budisah Putra, Alfina Nadya, Alvin, Rizky dan teman-teman lainnya yang telah berjuang bersama dalam mengerjakan skripsi ini, memberikan dukungan satu sama lain dan memberikan semangat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Untuk sahabat rumah, Musayyannah yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu memberikan dukungan.
8. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
9. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri, Sofiatu Soleha. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga ke depannya, raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Electronic Word of Mouth (X1), Keamanan Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) MS Glow . Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 konsumen MS Glow. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$, Keamanan Produk berpengaruh positif dan sangat signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta menjadi variabel yang paling dominan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,028 < 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,936 menunjukkan bahwa 93,6% Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik Electronic Word of Mouth, semakin tinggi Keamanan Produk, dan semakin baik Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Konsumen MS Glow akan semakin meningkat.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Keamanan Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Electronic Word of Mouth (X1), Product Safety (X2), and Service Quality (X3) on Customer Satisfaction (Y) of MS Glow. This research uses a quantitative approach with an associative research design. The sampling technique used was purposive sampling, involving 100 MS Glow consumers as respondents. Data were collected through online questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS software. The results show that partially, Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a significance value of $0.005 < 0.05$, Product Safety has a positive and highly significant effect with a significance value of $0.000 < 0.05$ and becomes the most dominant variable, and Service Quality has a positive and significant effect with a significance value of $0.028 < 0.05$. Simultaneously, all independent variables have a significant effect on Customer Satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square value of 0.936 indicates that 93.6% of Customer Satisfaction is explained by these three variables. This research concludes that improving Electronic Word of Mouth, ensuring Product Safety, and enhancing Service Quality will increase MS Glow Customer Satisfaction.

Keywords: *Electronic Word of Mouth*, Product Safety, Service Quality, Consumer Satisfaction.

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Keamanan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen MS Glow Aesthetic Clinic di Surabaya Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen MS Glow dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan secara online, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS.

Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan $Y = -3,491 + 0,164X_1 + 0,840X_2 + 0,194X_3 + e$, yang mengindikasikan bahwa *Electronic Word of Mouth*, Keamanan Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung 2,866 dan signifikansi $0,005 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan, testimoni, dan rekomendasi konsumen melalui media digital turut memengaruhi tingkat kepuasan konsumen MS Glow.

Variabel Keamanan Produk memiliki nilai t hitung sebesar 10,560 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Keamanan Produk berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap Kepuasan Konsumen serta menjadi variabel paling dominan dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen MS Glow sangat mengutamakan aspek keamanan produk, seperti izin BPOM, kandungan bahan, dan efek penggunaan pada kulit. Sementara itu, Kualitas Pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t hitung 2,237 dan signifikansi $0,028 < 0,05$. Hal ini menegaskan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth*, Keamanan Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen MS Glow dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Untuk melihat besarnya kontribusi ketiga variabel tersebut, dilakukan pengujian koefisien determinasi. Hasilnya menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,936, yang berarti bahwa 93,6% Kepuasan Konsumen MS Glow dipengaruhi oleh *Electronic Word of Mouth*, Keamanan Produk, dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 6,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Keamanan Produk merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen MS Glow, diikuti oleh Kualitas Pelayanan dan *Electronic Word of Mouth*. Dengan demikian, kepuasan konsumen MS Glow sangat ditentukan oleh tingkat keamanan produk yang digunakan, kualitas pelayanan yang diterima, serta citra positif yang terbentuk melalui media digital.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
RINGKASAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen pemasaran	7
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	8
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	9
2.1.4 Keamanan Produk.....	13
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.6 Kepuasan Konsumen	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	21
2.3.1 Hubungan antara <i>Electronic of The Mout (E-WOM)</i> dengan Kepuasan Konsumen	21
2.3.2 Hubungan antara Keamanan Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.3 Hubungan antara Kualitas Pelayanan, dengan Kepuasan Konsumen.....	22

2.3.4 Hubungan antara Electronic of The Mout (E-WOM), Keamanan Produk Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	22
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODOLOGI 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	26
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	28
3.6.1 Definisi Variabel.....	28
3.6.2 Definisi Operasional	29
3.7 Proses Pengolahan Data	32
3.8 Metode Analisis Data dan Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Instrumen	33
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.8.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	34
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis	35
3.9.1 Uji parsial	35
3.9.2 Uji F	36
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Perusahaan	37
4.1.2 Visi dan Misi	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	39
4.2.2 Deskriptif Hasil Jawaban Kuisisioner	41
4.3 Uji Instrumen – Validitas dan Realibilitas	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Analisis Data.....	50
4.5 Pengujian Hipotesis.....	57

4.5.1 Uji t (Parsial)	57
4.5.2 Uji F	58
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.6 Pembahasan Hasil Temuan	59
4.6.1 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
4.6.2 Pengaruh Keamanan Produk terhadap Kepuasan Konsumen	60
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	60
4.6.4 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> , Keamanan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	61
4.7 Implikasi Penelitian.....	61
4.7.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	61
4.7.2 Keamanan Produk.....	62
4.7.3 Kualitas Pelayanan.....	62
4.8 Keterbatasan Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert.....	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel (X1).....	42
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel (X2)	43
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel (X3).....	45
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel (Y).....	46
Tabel 4. 8 Validitas Variabel Electronic of The Mouth (X1).....	48
Tabel 4. 9 Validitas Variabel Keamanan Produk (X2)	48
Tabel 4. 10 Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	49
Tabel 4. 11 Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolineritas	53
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 16 Hasil Uji t (Persial).....	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	58
Tabel 4. 18 Hasil Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Metode P – P Plot	52
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram	52
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	71
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	80
Lampiran 3 Uji Validitas.....	92
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	94
Lampiran 6 Uji Multikolineritas.....	95
Lampiran 7 Uji Heteroskedastisitas.....	95
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
Lampiran 9 Uji Hipotesis.....	96
Lampiran 10 Kartu Bimbingan.....	97
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	99