

# SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTRO HONDA SCOOPY DI GRESIK SELATAN**



Oleh :

**DHANY DWI KRISDIYUANTONO**  
NBI : 1211600159

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

# SKRIPSI

## PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI GRESIK SELATAN



Oleh :

**Dhany Dwi Krisdiyantono**

**NBI : 1211600159**

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

**2020**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI  
SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI GRESIK SELATAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**Dhany Dwi Krisdiyantono**

**NBI : 1211600159**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2020**

## **LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Lengkap : Dhany Dwi Krisdiyantono  
NBI : 1211600159  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Honda Scoopy Di Gresik Selatan”

Surabaya, Minggu, 03 Mei 2020

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,

**Dr. Ida Bagus Cempena, MM**

## **LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

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 Ekonomi.

Pada tanggal :

### **TIM PENGUJI :**

1. **Dr. Ida Bagus Cempena, MM** - Ketua .....
2. **Dra.Ec. Endang Setyowati, M.Si** - Anggota .....
3. **Drs.Ec. Achmad Effendi, MM** - Anggota .....

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

**Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si, Ak, CA**

**NPP. 20220.93.0319**

## SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Dhany Dwi Krisdiyantono
2. NBI : 1211600159
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3525021106980001
6. Alamat Rumah : Dsn. Dapet RT.04/RW.02 Ds. Dapet  
Kec. Balongpanggang Kab. Gresik

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI GRESIK SELATAN”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya 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 ada hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut paut dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, ..... 2020

Yang Membuat

(Dhany Dwi K)

## 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 Manajemen dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsin ini. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya saya berikan kepada :

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM selaku Pembimbing saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran dalam proses perkuliahan saya.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., AK., CA. 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. Ec. Ulfi Pristiana, M,Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan dan memperbolehkan saya untuk melaksanakan penelitian. Terimakasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

5. Untuk kedua orang tua saya dan kakak saya. Terimakasih telah memberikan semangat, Motivasi dan selalu memberi dukungan yang tiada henti dan mendoakan yang terbaik untuk saya agar saya tidak mudah menyerah sehingga saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sampai dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
6. Untuk paman dan bibi saya terimakasih sudah merawat saya selama saya berada di Surabaya. Terimakasih selalu memberikan saya semangat, motivasi dan memberikan dukungan dan mendoakan agar saya dapat menjalani proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sampai dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.
7. Teruntuk anggota Tereret Crew terdiri dari Zamam, Mustain, Ajib, Ayoga, Agil., Daiwan, Riska, Eka, Husnul, Witri Terimakasih sudah menjadi sahabat yang selalu mensupport, memotivasi saya dan tidak pernah lelah untuk mendengarkan keluh kesah saya.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan. Motto saya adalah **“Ngelmu Iku Kelakone Kanthi Laku”**. Ilmu itu bisa terwujud dengan cara dilakukan (belajar).

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

Surabaya,.....,..... 2020

Penulis

(Dhany Dwi K)



## RINGKASAN

Di era globalisasi konsumen mulai bersikap cerdas dalam hal memilih produk yang efektif dan efisien yang diinginkan. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis atau produsen untuk memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang mendukung berbagai aktivitas sehari-hari bagi masyarakat Gresik khususnya sepeda motor matic Honda Scoopy.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Apakah persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan. Sedangkan tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk membuktikan dan menganalisis persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan. H4 : persepsi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan.

Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan. Sampling yang digunakan *nonprobability sampling* dengan *metode accidental sampling*. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2019 - Maret 2020. Penelitian ini menggunakan data sampling dari 100 responden melalui penyebaran kuesioner.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel persepsi harga ( $X_1$ ) menunjukkan nilai sig 0,038. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,038 < 0,05$ , maka  $H_{o1}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Variabel  $X_1$  mempunyai  $t_{hitung}$  yakni 2,100 dengan  $t_{tabel}$  1,98498. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan untuk variabel kualitas produk ( $X_2$ ) menunjukkan nilai sig 0,012. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,012 < 0,05$ , maka

$H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Variabel  $X_2$  mempunyai  $t_{hitung}$  yakni 2,546 dengan  $t_{tabel}$  1,98498. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) menunjukkan nilai sig 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Variabel  $X_3$  mempunyai  $t_{hitung}$  yakni 5,412 dengan  $t_{tabel}$  1,98498. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulannya Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada pemilik sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan. Dan saran dalam penelitian ini yaitu perusahaan harus mempertimbangkan harga yang telah ditetapkan, supaya konsumen lebih sering membeli sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan dan tidak mengeluh tentang harganya.

## SUMMARY

*In the era of globalization, consumers are starting to be smart in terms of choosing the desired effective and efficient products. Increasing competition requires business people or producers to maximize the performance of their companies in order to compete in the market. Motorcycle is a means of transportation that supports a variety of daily activities for the Gresik community especially the Honda Scoopy automatic motorcycle.*

*The formulation of the problem of this study is: Does the perception of price, product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction in buying a Honda Scoopy motorcycle in southern Gresik. While the research objectives to be achieved are to prove and analyze price perceptions, product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction in buying a Honda Scoopy motorcycle in southern Gresik. H4: perceived price, product quality and service quality simultaneously significantly influence consumer satisfaction in buying a Honda Scoopy motorcycle in southern Gresik.*

*So the population in this study are all Honda Scoopy motorcycle owners in southern Gresik. The sampling used is nonprobability sampling with accidental sampling method. The type of data used is quantitative. When the study was conducted in December 2019 - March 2020. This study used sampling data from 100 respondents through questionnaires.*

*Based on the results of the analysis shows that the variable price perception (X1) shows a value of sig 0.038. The sig value is smaller than the probability value of 0.05 or the value of  $0.038 < 0.05$ , then  $H_{o1}$  is rejected and  $H_{a1}$  is accepted. Variable X1 has 2,100 with 1,98498. So it can be concluded that the price perception variable (X1) has a significant effect on customer satisfaction. As for the product quality variable (X2), the sig value is 0.012. The sig value is smaller than the probability value of 0.05 or the value of  $0.012 < 0.05$ , then  $H_{o2}$  is rejected and  $H_{a2}$  is accepted. Variable X2 has 2.546 with 1.98498. So it can be concluded that the product quality*

*variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction. And for the service quality variable (X3) shows the value of sig 0,000. The sig value is smaller than the probability value of 0.05 or the value of  $0,000 < 0.05$ , then  $H_{o3}$  is rejected and  $H_{a1}$  is accepted. Variable X3 has 5,412 with 1,98498. So it can be concluded that the service quality variable (X3) has a significant effect on customer satisfaction.*

*In conclusion, Price Perception, Product Quality, and Service Quality together have a significant effect on Consumer Satisfaction on Honda Scoopy motorcycle owners in southern Gresik. And the suggestion in this research is that companies should consider the price that has been set, so that consumers more often buy a Honda Scoopy motorcycle in southern Gresik and not complain about the price.*

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY DI GRESIK SELATAN**

Honda scoopy ternyata punya kisah panjang sebelum jadi seperti sekarang. Empat kali perubahan sudah dilewati, dimulai sejak kelahirannya tujuh tahun lalu. Baik desain, fitur dan teknologinya, terus mengalami evolusi, semata-mata agar selalu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen di Indonesia. Biar mahal, tapi Honda Scoopy 2017 tetap diminati konsumen. Terbukti dari data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISDI), skutik retro ini berhasil mencatatkan penjualan 270.569 unit sepanjang semester 1 2017, sekaligus menjadi motor terlaris ketiga di tanah air.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh Persepsi Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada pemiliki sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian *kuantitatif*. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pemilik Honda Scoopy di Gresik selatan sebanyak 100 sampel dengan Menggunakan *nonprobability sampling* dengan *metode accidental sampling*. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember 2019 - Maret 2020.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini dibuktikan bahwa secara parsial bahwa Persepsi Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada pemilik sepeda motor Honda Scoopy di Gresik selatan

**Kata kunci** : Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

## **ABSTRACT**

### ***EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND QUALITY OF SERVICE TO CONSUMER SATISFACTION IN BUYING HONDA SCOOPY MOTORCYCLE IN SOUTH GRESIK***

*Honda Scoopy turned out to have a long story before it became what it is now. Four times the changes have been passed, starting from birth seven years ago. Both the design, features and technology continue to evolve, merely to always adjust to the needs of consumers in Indonesia. Even though it's expensive, the 2017 Honda Scoopy is still in demand by consumers. Evidenced by data from the Indonesian Motorcycle Industry Association (AISI), this retro scooter managed to record 270.569 units sales during semester 1 of 2017, as well as becoming the third best-selling motorcycle in the country.*

*The purpose of this study was to prove and analyze the effect of Price Perception ( $X_1$ ), Product Quality ( $X_2$ ), and Service Quality ( $X_3$ ) on Consumer Satisfaction ( $Y$ ) on Honda Scoopy motorcycle owners in South Gresik partially or simultaneously. This research is a type of quantitative research. The population and sample in this study are the owners of Honda Scoopy in South Gresik as many as 100 samples using nonprobability sampling with accidental sampling method. The time of the study will be in December 2019 - March 2020.*

*The analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis. The results in this study prove that partially that Price Perception ( $X_1$ ), Product Quality ( $X_2$ ), and Service Quality ( $X_3$ ) on Consumer Satisfaction ( $Y$ ) partially has a significant effect on consumer satisfaction on Honda Scoopy motorcycle owners in South Gresik.*

**Keyword:** *Price Perception, Product Quality and Service Quality*

## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	i
COVER DALAM .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
RINGKASAN .....	viii
<i>SUMMARY</i> .....	x
ABSTRAK .....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4

1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	8
2.1.3. Persepsi Harga .....	10
2.1.4. Kualitas Produk .....	15
2.1.5 Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.3. Kerangka Konseptual .....	30
2.4. Hipotesis .....	31
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Desain Penelitian .....	33
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3.1 Jenis Data .....	34
3.3.2 Sumber Data .....	34



3.4. Populasi dan Sampel .....	34
3.4.1 Populasi .....	34
3.4.2 Sampel .....	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6. Definisi Variabel dan Devinisi Operasional .....	37
3.6.1 Definisi Variabel .....	37
3.6.2 Definisi Operasional .....	38
3.7. Proses Pengolahan Data .....	40
3.8. Metode Analisis Data .....	41
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data .....	43
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis .....	43
3.9.2 Teknik Analisis Data .....	44
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Profil Perusahaan.....	47
4.1.1 Visi & Misi Perusahaan .....	48
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden .....	48
4.2.2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner .....	51
4.3. Uji Instrumen .....	56
4.3.1 Uji Validitas .....	56
4.3.2 Uji Realibilitas .....	57
4.4. Analisis Data .....	58

4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	58
4.5. Analisis Data .....	63
4.5.1 Regresi Linear Berganda .....	63
4.5.2 Koefisien Determinasi .....	64
4.6. Pengujian Hepotisis .....	65
4.6.1 Uji t .....	65
4.6.2 Uji F .....	67
4.7. Pembahasan Hasil Temuan Penelitian .....	68
4.8. Implikasi Penelitian .....	71
4.9. Keterbatasan Penelitian .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
5.1. Kesimpulan .....	73
5.2. Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert .....	40
Tabel 4.1	Hasil Karakteristik Responden (Jenis Kelamin) .....	49
Tabel 4.2	Hasil Karakteristik Responden (Usia) .....	49
Tabel 4.3	Hasil Karakteristik Responden (Pekerjaan) .....	50
Tabel 4.4	Hasil Karakteristik Responden (Pendidikan Terakhir) .....	50
Tabel 4.5	Hasil Karakteristik Responden (Penghasilan) .....	51
Tabel 4.6	Rata-rata Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga ( $X_1$ ) .....	52
Tabel 4.7	Rata-rata Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	53
Tabel 4.8	Rata-rata Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) .....	54
Tabel 4.9	Rata-rata Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Realibilitas .....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas .....	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Linieritas Persepsi Harga ( $X_1$ ) .....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	62
Tabel 4.16	Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) .....	62
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
Tabel 4.18	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
Tabel 4.19	Hasil Uji t .....	65
Tabel 4.20	Hasil Uji F .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	81
Lampiran 2. Tabulasi data dan jawaban responden .....	86
Lampiran 3. Uji Instrumen .....	98
Lampiran 4. Uji Hipotesis .....	108
Lampiran 5. Surat Penelitian	
Lampiran 6. Hasil Turnitin	
Lampiran 7. Kartu Bimbingan	