

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY SKIN CARE* MASKER WAJAH CAMILLE BEAUTY**

(Studi Kasus pengikut akun Instagram @camille.beauty)

***THE EFFECT OF CONTENT MARKETING MEDIA SOCIAL
INSTAGRAM AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY
SKIN CARE MASKER WAJAH CAMILLE BEAUTY***

(Case Study of Instagram account followers @camille.beauty)

Oleh:
Delia Fitri Suryaman
2019410029

SKRIPSI

Untuk Menempuh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY SKIN CARE MASKER WAJAH CAMILLE BEAUTY***

(Studi Kasus pengikut akun Instagram @camille.beauty)

***THE EFFECT OF CONTENT MARKETING MEDIA SOCIAL
INSTAGRAM AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY
SKIN CARE MASKER WAJAH CAMILLE BEAUTY***

(Case Study of Instagram account followers @camille.beauty)

Oleh:
Delia Fitri Suryaman
2019410029


SKRIPSI


Untuk memenuhi salah satu ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim
Penguji pada Jakarta, 25 Juli 2023 dengan nilai B

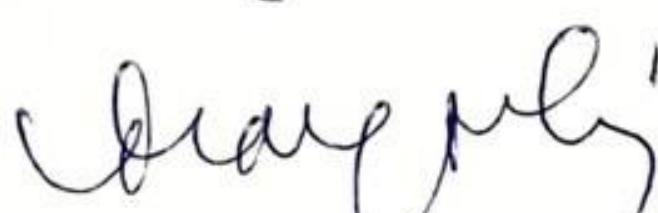

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Melani Quintania, S.E., M.Pd
Penguji II


Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III


Mu'man Nurzyana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Delia Fitri Suryaman

NIM : 2019410029

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Pengaruh *Content Marketing* Media Sosial Instagram dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty Skin Care* Masker Wajah Camille Beauty (Studi Kasus pengikut akun Instagram @camille.beauty)” yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Delia Fitri Suryaman

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh *Content Marketing* Media Sosial Instagram dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty Skin Care* Masker Wajah Camille Beauty. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan masker wajah Camille Beauty minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Content Marketing* dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap *Customer Loyalty*, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,202 > 3,09$). Sedangkan *Content Marketing* secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap *Customer Loyalty*, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,098 > 1,985$). Dan *Brand Image* secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap *Customer Loyalty*, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($5,146 > 1,985$).

Kata Kunci: *Content Marketing, Brand Image, Customer Loyalty*

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Instagram Social Media Content Marketing and Brand Image on Camille Beauty Skin Care Face Mask Customer Loyalty. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had used Camille Beauty face masks at least 2 times in the last 2 months. Sampling was carried out using the slovin formula. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using the (F) test, partially using the (T) test.

The results of this study indicate that the variables Content Marketing and Brand Image simultaneously influence Customer Loyalty, this is evidenced by the F test with $F_{count} > F_{table}$ ($87.202 > 3.09$). While Content Marketing partially or partially has an influence on Customer Loyalty, this is evidenced by the T test with the value of $T_{count} > T_{table}$ ($2.098 > 1.985$). And Brand Image partially or partially has an influence on Customer Loyalty, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ ($5.146 > 1.985$).

Keyword: Content Marketing, Brand Image, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah saya ucapkan, segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *CONTENT MARKETING* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY SKIN CARE* MASKER WAJAH CAMILLE BEAUTY (STUDI KASUS PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @CAMILLE.BEAUTY)”** skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (Strata 1) Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan saya dalam menyerap ilmu yang diterima sehingga penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, dorongan, do'a, petunjuk, arahan, dan bimbingan dari berbagai banyak pihak. Oleh karena ini, pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing Skripsi program studi Manajemen Pemasaran yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

3. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan selaku Dosen Pembimbing Akademik .
4. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi beserta seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dan mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam pengetikan struktur bahasa. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan diterima demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membaca dan membutuhkan.

Jakarta, 14 Agustus 2023

Delia Fitri Suryaman

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Bauran pemasaran	18
2.2 <i>Content Marketing</i>	23
2.2.1 Pengertian <i>Content Marketing</i>	23
2.2.2 Dimensi <i>Content Marketing</i>	26
2.2.3 Manfaat <i>Content Marketing</i>	28
2.3 <i>Brand Image</i>	30
2.3.1 Pengertian <i>Brand</i> (Merek)	30

2.3.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	31
2.3.3 Manfaat <i>Brand Image</i>	34
2.3.4 Faktor-Faktor <i>Brand Image</i>	35
2.3.5 Indikator <i>Brand Image</i>	36
2.4 <i>Customer Loyalty</i>	37
2.4.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	37
2.4.2 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	39
2.4.3 Manfaat <i>Customer Loyalty</i>	41
2.4.4 Faktor-Faktor <i>Customer Loyalty</i>	42
2.4.5 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	44
2.5 Penelitian Terdahulu (Landasan Empiris).....	44
2.6 Kerangka Pemikiran	52
2.7 Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Metode Penelitian	56
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	56
3.3 Operasional Variabel	57
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	70
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	70
3.4.2 Cara Penentuan Data	71
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	76
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	76
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	78
3.6.3 Alat dan Analisis Data.....	80
3.6.4 Uji Hipotesis	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	83
4.1.1 Sejarah Singkat Camille Beauty	83
4.1.2 Visi dan Misi Camille Beauty	84
4.1.3 Tempat atau Lokasi Camille Beauty.....	86
4.2 Hasil Penelitian Profil Responden.....	86

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	87
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	88
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	89
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	90
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Sudah berapa lama menggunakan masker wajah Camille Beauty	91
4.2.7 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata pengeluaran untuk membeli masker wajah Camille Beauty	92
4.2.8 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Masker Wajah Camille Beauty	93
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	94
4.3.1 <i>Content Marketing</i>	95
4.3.2 <i>Brand Image</i>	112
4.3.3 <i>Customer Loyalty</i>	125
4.4 Uji Keabsahan Data.....	136
4.5 Uji Asumsi Klasik	140
4.6 Alat Analisis Data	143
4.7 Uji Hipotesis	147
4.7.1 Uji Simultan (Uji F)	147
4.7.2 Uji Parsial (Uji T).....	148
4.8 Pembahasan	150
4.8.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> (X1) dan <i>Brand Image</i> (X2) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	150
4.8.2 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	151
4.8.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	152
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	153
5.1 Kesimpulan.....	153
5.2 Saran	154
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN	155

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3. 2 Media Penyebaran Kuesioner.....	75
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i>	76
Tabel 3. 4 Rentang Skala.....	81
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 3. 6 Tingkat Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	87
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	89
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	90
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa lama menggunakan masker wajah Camille beauty.....	91
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata pengeluaran untuk membeli Camille beauty.....	92
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Alasan menggunakan masker wajah Camille beauty.....	93
Tabel 4. 9 Rentang Skala.....	95
Tabel 4. 10 Camille Beauty selalu memberikan informasi mengenai kegunaan produknya melalui postingan <i>story</i> instagram.....	95
Tabel 4. 11 Camille Beauty membuat <i>live streaming</i> untuk menginformasikan produk masker wajah di media sosial.....	96
Tabel 4. 12 Camille Beauty selalu memberikan konten yang menarik perhatian konsumen secara langsung di media sosial.....	97
Tabel 4. 13 Saya tertarik membeli masker wajah Camille Beauty karena isi konten yang diberikan berupa testimoni hasil pemakaian masker wajah Camille Beauty.....	98
Tabel 4. 14 Camille Beauty menyediakan konten mengenai informasi ingredients apa saja yang digunakan dalam kandungan masker wajah.....	99
Tabel 4. 15 Saya tertarik membeli produk masker wajah Camille Beauty karena informasi yang diberikan sesuai dengan produknya.....	100
Tabel 4. 16 Saya tertarik membeli masker wajah Camille Beauty karena memberikan informasi mengenai manfaat yang ada dalam produknya.....	101
Tabel 4. 17 Camille Beauty membuat konten mengenai varian masker apa yang sesuai dengan permasalahan wajah saya.....	102

Tabel 4. 18	Camille Beauty menyediakan informasi mengenai perawatan wajah yang informasinya berguna bagi saya	103
Tabel 4. 19	Saya tertarik membeli masker wajah Camille Beauty karena informasi produk yang diberikan mudah dimengerti.....	104
Tabel 4. 20	Postingan konten di media sosial Camille beauty menggunakan bahasa non formal, sehingga mudah dipahami oleh konsumen.....	104
Tabel 4. 21	Camille Beauty memberikan informasi yang mudah di mengerti mengenai cara penggunaan masker wajah yang tepat melalui konten media sosial instagram dan tiktok.....	105
Tabel 4. 22	Masker wajah Camille Beauty yaitu masker wajah merek terkenal sehingga kontennya mudah ditemukan di media sosial	106
Tabel 4. 23	Camille Beauty membuat konten melalui media sosial yang sering dikunjungi yaitu instagram dan tiktok sehingga mudah ditemukan .	107
Tabel 4. 24	Konten yang dibuat oleh Camille Beauty sering mengalami viral di media sosial sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.....	108
Tabel 4. 25	Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena konten yang diberikan selalu update	109
Tabel 4. 26	Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena selalu memberikan informasi konten yang berkualitas mengenai produknya di media sosial.....	110
Tabel 4. 27	Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena selalu memperbaharui isi konten dan temanya dalam memasarkan produk.....	111
Tabel 4. 28	Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena harga sesuai dengan kualitas produk	112
Tabel 4. 29	Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena manfaat produk yang diberikan sesuai dengan harga Tanggapan responden	113
Tabel 4. 30	Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena nilai produknya sesuai dengan harga yang terjangkau	114
Tabel 4. 31	Camille Beauty menyediakan produk yang manfaatnya sesuai dengan kebutuhan wajah saya	115
Tabel 4. 32	Masker wajah Camille Beauty adalah merek masker viral sehingga saya tertarik untuk membeli agar tidak ketinggalan trend	116
Tabel 4. 33	Saya tertarik membeli produk masker wajah Camille Beauty karena ingin terlihat cantik	117
Tabel 4. 34	Saya tertarik membeli produk masker wajah Camille Beauty karena produknya dapat mencerahkan wajah saya.....	117
Tabel 4. 35	Saya tertarik membeli masker wajah Camille Beauty karena dapat membuat wajah saya lebih percaya diri.....	118
Tabel 4. 36	Saya tertarik membeli produk masker wajah Camille Beauty karena memiliki ingredients yang aman, sehingga tidak takut menggunakannya.....	119

Tabel 4. 37 Camille Beauty menyediakan produk masker wajahnya dengan packaging ziplock yang mudah digunakan atau saat tidak digunakan.....	120
Tabel 4. 38 Saya tertarik membeli produk masker wajah Camille Beauty karena memiliki banyak varian masker wajah.....	121
Tabel 4. 39 Camille Beauty memberikan warna packaging dengan warna pastel sehingga menjadi daya tarik saat membeli Tanggapan responden ...	122
Tabel 4. 40 Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena ingredients yang digunakan aman.....	123
Tabel 4. 41 Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena kualitas produk yang sesuai dengan kegunaan masker wajah	124
Tabel 4. 42 Saya membeli produk masker wajah Camille Beauty karena memiliki ketahanan produk yang cukup lama saat tidak digunakan	125
Tabel 4. 43 Saya membeli kembali produk masker wajah Camille Beauty dengan varian lain karena produknya cocok pada wajah saya	126
Tabel 4. 44 Saya membeli kembali produk masker wajah Camille Beauty dengan jumlah yang lebih banyak untuk stock jika habis.....	126
Tabel 4. 45 Saya membeli kembali produk masker wajah Camille Beauty karena produknya mudah saat digunakan.....	127
Tabel 4. 46 Saya tidak hanya membeli masker wajah Camille Beauty tetapi saya juga membeli face mist Camille Beauty	128
Tabel 4. 47 Saya tidak hanya membeli masker wajah Camille Beauty tetapi saya juga membeli rangkaian paket skin care Camille Beauty	129
Tabel 4. 48 Saya tidak hanya membeli masker wajah Camille Beauty tetapi saya juga membeli body scrub Camille Beauty	130
Tabel 4. 49 Saya memberikan testimoni baik hasil pemakaian masker wajah dengan mengunggah di fitur penilaian produk shopee Camille Beauty.....	131
Tabel 4. 50 Saya merekomendasikan masker wajah Camille Beauty yaitu masker wajah yang bagus digunakan kepada teman, kerabat dan keluarga ..	132
Tabel 4. 51 Saya memberikan saran varian apa yang cocok sesuai dengan masalah wajah di media sosial Camille Beauty Tanggapan responden	133
Tabel 4. 52 Saya tidak akan berpindah ke merek masker wajah lain selain masker wajah Camille Beauty	134
Tabel 4. 53 Masker wajah Camille Beauty merupakan merek masker wajah pilihan saya	134
Tabel 4. 54 Saya tetap memilih merek Camille Beauty karena bahan masker wajah yang digunakan dikenal menggunakan bahan-bahan organik	135
Tabel 4. 55 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	137
Tabel 4. 56 Hasil Uji Reliabilitas	140
Tabel 4. 57 Hasil Uji Multikolinieritas.....	142
Tabel 4. 58 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	144
Tabel 4. 59 Hasil Koefisien Korelasi (R)	145

Tabel 4. 60 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	146
Tabel 4. 61 Hasil Simultan (Uji F)	147
Tabel 4. 62 Hasil Parsial (Uji T)	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Instagram di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Data Kategori Produk Perawatan Kecantikan.....	5
Gambar 1. 4 Media Sosial Instagram Camille Beauty	8
Gambar 1. 5 <i>Content Marketing</i> Camille Beauty di Instagram.....	9
Gambar 1. 6 Top Brand Masker Wajah Terlaris Shopee dan Tokopedia	10
Gambar 1. 7 Top Rank Masker Wajah Terlaris di Shopee dan Tokopedia	12
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 2. 2 Model Paradigma Penelitian.....	54
Gambar 4. 1 Logo Camille Beauty	84
Gambar 4. 2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	141
Gambar 4. 3 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heterokedastisitas.....	143



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	166
Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden	176
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel <i>Content Marketing</i> (X1)	185
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	191
Lampiran 5 Tabulasi Data <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	197
Lampiran 6 Nilai T tabel.....	203
Lampiran 7 Nilai F tabel.....	206
Lampiran 8 Nilai R tabel	209
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas <i>Content Marketing</i> (X1)	212
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2).....	217
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	221
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas	225
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik	226
Lampiran 14 Hasil Uji Alat Analisis Data	228
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	229
Lampiran 16 Bukti penyebaran Kuesioner.....	230
Lampiran 17 Catatan Konsultasi Skripsi.....	231
Lampiran 18 Hasil Turnitin.....	232