

**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDROSER, ADVERTISING DAN DIFERENSIASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI
(Studi Kasus Pada masyarakat di Bekasi)**

***THE INFLUENCE OF CHOI SIWON AS A CELEBRITY
ENDROSER, ADVERTISING AND PRODUCT
DIFFERENCE ON PURCHASE INTEREST
(Case Study on people in Bekasi)***

Oleh:

Dini Indriani

2019410162

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



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


**PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY*
ENDROSER, *ADVERTISING* DAN DIFERENSIASI PRODUK
TERHADAP MINAT BELI
(Studi Kasus Pada masyarakat di Bekasi)**

***THE INFLUENCE OF CHOI SIWON AS A CELEBRITY
ENDROSER, ADVERTISING AND PRODUCT
DIFFERENCE ON PURCHASE INTEREST
(Case Study on people in Bekasi)***


Oleh
Dini Indriani
2019410162

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah Disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta,


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

Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M

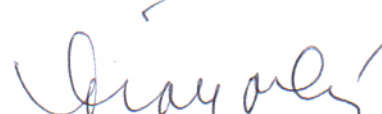
Penguji II


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

Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

Ketua Program Studi

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Dini Indriani

NIM : 2019410162

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

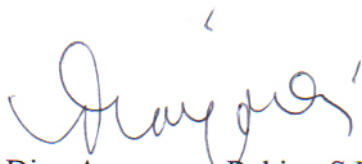
Judul Skripsi : Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Celebrity Endorser, Advertising*
Dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada
masyarakat di Bekasi)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan di hadapan panitia
penguji skripsi.

Jakarta, 3 Juli 2023

Mengetahui.

Menyetujui,



Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si

Ketua Jurusan Manajemen

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

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dini Indriani

NIM : 2019410162

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Celebrity Endorser, Advertising* Dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada masyarakat di Bekasi) 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 dan menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Darma Persada. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 3 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Dini Indriani

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Celebrity Endorser*, *Advertising* dan Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen mie instan di Bekasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden konsumen Mie Instan yang melihat iklan dan mengetahui Choi Siwon sebagai *celebrity endorser* Mie Sedaap *Selection Korean Spicy Chicken*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan sederhana, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas) 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 *celebrity endorser*, *advertising* dan diferensiasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,335 > 2,70$). Sedangkan *celebrity endorser* secara parsial/sebagian tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan $0,855 < 0,05$ dan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($0,183 < 1,984$), *advertising* secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($3,370 > 1,984$). Dan diferensiasi produk secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap minat beli, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($5,333 > 1,984$).

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, *Advertising*, Diferensiasi Produk, Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of Celebrity Endorser, Advertising and Product Differentiation on Purchase Interests of Consumers' Choice of mie instans in Bekasi. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 Instant Noodle consumer respondents who saw the advertisement and knew Choi Siwon as the celebrity endorser of Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken. Sampling is done by using the unexpected proportion formula. The analytical tool used is multiple and simple 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 test (F), partially using test (T).

The results of this study indicate that the celebrity endorser, advertising and product differentiation variables simultaneously influence purchasing decisions, this is evidenced by the F test with $F_{count} > F_{table}$ ($45,335 > 2.70$). Meanwhile, celebrity endorsers partially have no significant effect on buying interest, this is evidenced by a significant value of $0.855 < 0.05$ and the T test with a $T_{count} > T_{table}$ value of ($0.183 < 1.984$), advertising partially has an influence on interest buy, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($3.370 > 1.984$). And product differentiation partially has an influence on buying interest, this is evidenced by the T test with a $T_{count} > T_{table}$ of ($5.333 > 1.984$)

Keywords: Celebrity Endorser, Advertising, Product Differentiation, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hikmahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI *CELEBRITY ENDORSER, ADVERTISING* DAN *DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI*”** sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur. Penulis sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta masukannya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan proposal skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Bapak saya tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa serta perhatiannya sepanjang waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.
6. Terimakasih kepada keluarga dan saudara saya tercinta yang telah mendukung dan memberikan dorongan kepada saya untuk bisa menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan saya, Alni dan Reisyah yang telah Memberikan motivasi, semangat, dan dorongan kepada saya dan telah berjuang bersama-sama demi terselesaikan proposal skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa Penelitian Skripsi ini dibuat tidak luput dari kekurangan, sehingga dengan hati yang tulus penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak dikemudian hari.

Bekasi, 16 Mei 2023

Dini Indriani



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	18
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	19
1.2.3 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Kegunaan Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Manajemen Pemasaran	22
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3 Konsep Pemasaran.....	25
2.1.4 Produk.....	28
2.1.5 <i>Model Intergrated Marketing Communication</i>	32
2.1.6 Promosi	33
2.1.7 Celebrity Endorser	35
2.1.8 <i>Advertising</i> (Iklan)	39
2.1.9 Diferensiasi Produk.....	45

2.1.10 Minat Beli	46
2.2 Penelitian Terdahulu	49
2.3 Kerangka Pemikiran	57
2.4 Hipotesis Penelitian	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1. Metode yang Digunakan	62
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	63
3.3. Operasionalisasi Variabel	63
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	69
3.4.2 Jenis dan Sumber Data	69
3.4.1 Lokasi penelitian	70
3.4.3 Populasi dan Sampel	70
3.5 Teknik Pengumpulan Data	72
3.5.1 Kuesioner	72
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	74
3.6.1 Rancangan Analisis	74
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	76
3.6.3 Alat Analisis Data	79
3.6.4. Uji Hipotesis	85
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	87
4.1.1 Profil Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken	87
4.2 Karakteristik Responden	90
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	92
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	94
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Mengkonsumsi mie instan	95
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata untuk membeli mie instan	96

4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Konsumsi dalam 1 Bulan.....	97
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Konsumsi Mie Instan ..	97
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	98
4.3.1 <i>Celebrity Endorser</i>	98
4.3.2 <i>Advertising</i>	111
4.3.3 Diferensiasi Produk.....	126
4.3.4 Minat Beli	138
4.4 Uji Keabsahan Data	149
4.4.1 Uji Validitas	150
4.4.2 Uji Reliabilitas	151
4.5 Uji Asumsi Klasik	153
4.5.1 Uji Normalitas.....	153
A4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	154
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	155
4.5.4 Uji Autokorelasi	156
4.6 Pembahasan Analisis Regresi	157
4.6.1 Regresi Linier Berganda	157
4.6.2 Analisis Linier Sederhana	159
4.6.3 Koefisien Korelasi (R).....	161
4.6.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	162
4.7 Uji Hipotesis	163
4.7.1 Uji Simultan (Uji F).....	163
4.7.2 Uji Parsial (Uji T)	164
4.8 Hasil Pembahasan	170
4.8.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1), <i>Advertising</i> (X2), Diferensiasi Produk (X3) Terhadap Minat Beli (Y).....	171
4.8.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y).....	172
4.8.3 Pengaruh <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Beli (Y).....	173
4.8.4 Pengaruh Diferensiasi Produk (X3) Terhadap Minat Beli (Y)	173
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	175
5.1 Kesimpulan	175
5.2 Saran.....	176

DAFTAR PUSTAKA..... 177



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Awards Aktor Korea Choi Siwon	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Media Penyebaran Kuesioner	72
Tabel 3. 3 Skala Likert	73
Tabel 3. 4 Rentang Skala	80
Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	83
Tabel 3. 6 Tingkat Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	90
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	91
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	92
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	94
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Berapa Lama Konsumsi	95
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Mie	96
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Konsumsi.....	97
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Alasan Konsumsi.....	98
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1.....	99
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2.....	100
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 3	101
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 4	102
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 5	103
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 6	104
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 7	105
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 8	106
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 9	107
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 10	108
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 11	109
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 12	110
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 13	111
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 14	112
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 15	113
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 16	114
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 17	115
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 18	116
Tabel 4. 28 Tangaapan Responden Terhadap Pertanyaan 19	117
Tabel 4. 29 Tangaapan Responden Terhadap Pertanyaan 20	118
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 21	119
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 22	120

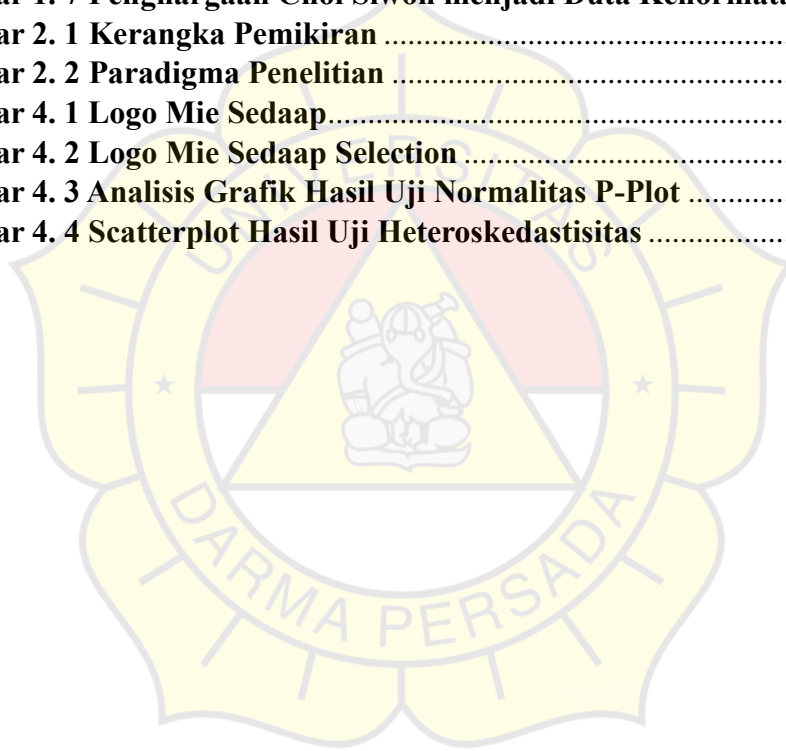
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 23	121
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 24	122
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 25	123
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 26	124
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 27	125
Tabel 4. 37 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 28	126
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 29	127
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 30	128
Tabel 4. 40 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 31	129
Tabel 4. 41 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 32	130
Tabel 4. 42 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 33	131
Tabel 4. 43 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 34	132
Tabel 4. 44 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 35	133
Tabel 4. 45 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 36	134
Tabel 4. 46 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 37	135
Tabel 4. 47 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 38	136
Tabel 4. 48 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 39	137
Tabel 4. 49 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 40	138
Tabel 4. 50 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 41	139
Tabel 4. 51 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 42	140
Tabel 4. 52 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 43	141
Tabel 4. 53 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 44	142
Tabel 4. 54 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 45	143
Tabel 4. 55 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 46	144
Tabel 4. 56 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 47	145
Tabel 4. 57 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 48	146
Tabel 4. 58 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 49	147
Tabel 4. 59 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 50	148
Tabel 4. 60 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 51	149
Tabel 4. 61 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	150
Tabel 4. 62 Hasil Uji Reliabilitas	152
Tabel 4. 63 Tabel Kolmogorov Smirnov	153
Tabel 4. 64 Hasil Uji Coefficients	155
Tabel 4. 65 Hasil Uji Model Summary	157
Tabel 4. 66 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli	159
Tabel 4. 67 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Advertising Terhadap Minat Beli	160
Tabel 4. 68 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli	161
Tabel 4. 69 Hasil Parameter Uji F	163
Tabel 4. 70 Hasil Uji Olah Ulang Model Summary X2 dan X3	166
Tabel 4. 71 Hasil Olah Ulang Anova X2 dan X3	167

Tabel 4. 72 Hasil Olah Ulang Coefficients X2 dan X3168



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 8 Negara dengan konsumsi mie instan terbanyak tahun 2021	2
Gambar 1. 2 Perbandingan mie instan 5 tahun terakhir di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Banner Advertising (Iklan) Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken	7
Gambar 1. 4 Presentase data merek mie instan yang paling banyak dikonsumsi tahun 2022	8
Gambar 1. 5 Varian inovasi rasa produk Mie Sedaap.....	10
Gambar 1. 6 Celebrity Endroser Mie Sedaap Selection Korean Spicy Chicken Choi Siwon	14
Gambar 1. 7 Penghargaan Choi Siwon menjadi Duta Kehormatan 2023.....	16
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	59
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian	61
Gambar 4. 1 Logo Mie Sedaap.....	88
Gambar 4. 2 Logo Mie Sedaap Selection	89
Gambar 4. 3 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas P-Plot	154
Gambar 4. 4 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	156



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	182
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	193
Lampiran 3 Tabulasi variabel X1.....	205
Lampiran 4 Tabulasi Variabel X2.....	209
Lampiran 5 Tabulasi Variabel X3.....	213
Lampiran 6 Tabulasi Variabel Y.....	217
Lampiran 7 Ftabel	222
Lampiran 8 T Tabel	223
Lampiran 9 R tabel.....	224
Lampiran 10 Tabel DW.....	225
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorser	226
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Advertising (X2).....	229
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Diferensiasi Produk (X3).....	232
Lampiran 14 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	234
Lampiran 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	237
Lampiran 16 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	238
Lampiran 17 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	240
Lampiran 18 Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji Koefisien.....	241
Lampiran 19 Hasil Uji Hipotesis	242
Lampiran 20 Hasil Olah Data Ulang X2 dan X3	243
Lampiran 21 Bukti Penyebaran Kuesioner Online	244
Lampiran 22 Catatan Konsultasi Skripsi.....	246
Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup.....	247