

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN BERLANGGANAN APLIKASI SPOTIFY *PREMIUM*  
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Spotify *Premium* di Jakarta Timur)**

***THE INFLUENCE OF PERSONAL FACTORS AND SOCIAL FACTORS  
ON THE DECISION TO SUBSCRIBE TO THE SPOTIFY PREMIUM  
APPLICATION***

*(Case Study on Spotify Premium Application Users in East Jakarta)*

**DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Melani Quintania S.E., M.Pd.**

**Oleh:**

**Muhammad Rifqi**

**2019410134**

**SKRIPSI**

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



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**2023**

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN BERLANGGANAN APLIKASI SPOTIFY PREMIUM  
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Spotify Premium di Jakarta Timur)**

**THE INFLUENCE OF PERSONAL FACTORS AND SOCIAL FACTORS  
ON THE DECISION TO SUBSCRIBE TO THE SPOTIFY PREMIUM  
APPLICATION**

*(Case Study on Spotify Premium Application Users in East Jakarta)*

Oleh:

**Muhammad Rifqi**

**2019410134**

**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 di bawah ini  
Jakarta, 10 Agustus 2023 dengan nilai C+



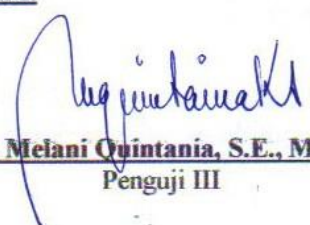
**Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.**  
Dosen Pembimbing



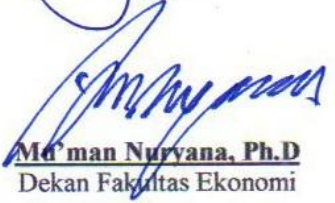
**Drs. Fauzi Baisvir, M.M.**  
Penguji I



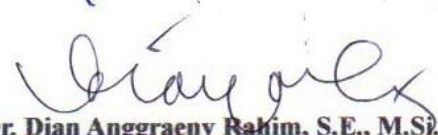
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.**  
Penguji II



**Dr. Meiani Quintania, S.E., M.Pd.**  
Penguji III



**Ma'man Nuryana, Ph.D**  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.**  
Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda dibawah ini:

Nama : Muhammad Rifqi

NIM 2019410134

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

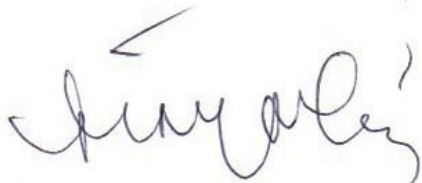
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor pribadi dan faktor sosial terhadap keputusan Berlangganan aplikasi spotify *premium* (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Aplikasi Spotify di Jakarta Timur)

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

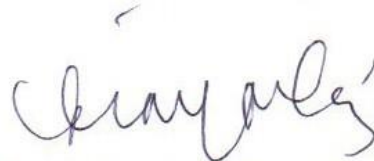
Jakarta, Agustus 2023

Mengetahui,

Menyetujui,



Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.  
Ketua Jurusan Manajemen



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

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rifqi

NIM 2019410134

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Berlangganan di Jakarta Timur” yang dibimbing oleh Ibu Dr. Melani Quintania S.E, M.Pd. 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, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Rifqi

## ABSTRAK

Penggunaan teknologi dapat mempermudah berbagai kegiatan sekaligus gaya hidup masyarakat. Salah satu teknologi yang diminati saat ini adalah aplikasi *Music streaming*. Spotify merupakan salah satu dari berbagai aplikasi *streaming* musik yang paling banyak di unduh. Dengan adanya fitur berbayar (*premium*) pengguna dapat mendengarkan musik bebas tanpa iklan, karena itu membuat pengguna dapat mendengarkan musik dengan nyaman, hal tersebut membuat pengguna menjadi tertarik untuk berlangganan pada aplikasi spotify *premium*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Faktor Pribadi, Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Berlangganan Aplikasi Spotify *Premium* (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Spotify di Jakarta Timur). Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online kepada responden. Responden dipilih menggunakan metode metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Data yang terkumpul sebanyak 100 responden yang kemudian dilakukan pengujian dengan alat bantu SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berlangganan, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $34,131 > 3,09$ ). Sedangkan Faktor Pribadi secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Berlangganan, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $6,029 > 1,985$ ), dan Faktor Sosial secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,206 > 1,985$ ).

## **ABSTRACT**

*The use of technology can facilitate various activities as well as people's lifestyles. One of the technologies that are currently in demand is the Music streaming application. Spotify is one of the most downloaded music streaming applications. With paid (premium) features, users can listen to free music without advertising, because it makes users able to listen to music comfortably, this makes users interested in subscribing to the Spotify premium application.*

*The purpose of this study was to determine the influence of personal factors and social factors on the decision to subscribe to the Spotify Premium Application (Case Study on Spotify Application Users in East Jakarta). This study uses primary data collected by distributing online questionnaires to respondents. Respondents were selected using the non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data collected were 100 respondents which were then tested with the SPSS Version 25 tool. The results of this study indicate that the variables of Personal Factors and Social Factors simultaneously influence Subscription Decisions, this is evidenced by the F test with a value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $34.131 > 3.09$ ). While Personal Factors partially have an influence on Subscription Decisions, this is evidenced by the T test with a  $T_{count} > T_{table}$  ( $6.029 > 1.985$ ), and Social Factors partially have an influence on Purchase Decisions, this is evidenced by a T test with a  $T_{count} > T_{table}$  ( $3.206 > 1.985$ ).*

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN APLIKASI SPOTIFY PREMIUM”**. Tujuan dari Penulisan Proposal Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melengkapi dan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi di Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini, penulis tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dorongan, kerja sama serta doa untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

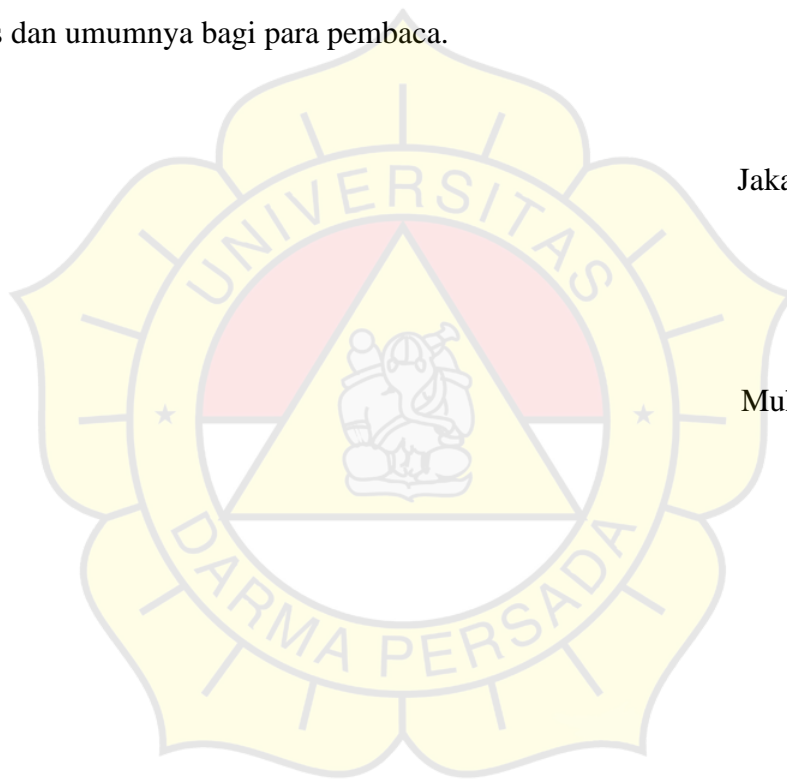
1. Bapak Mu'man Nuryana, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Skripsi program studi Manajemen Pemasaran yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
4. Orang tua tercinta Bapak, Ibu, kakak dan adik saya yang tidak berhenti memberikan semangat, doa, serta motivasi untuk menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.

5. Terimakasih juga kepada teman - teman dekat penulis, Aditya, Faried, Adha dan Abi, serta untuk teman seperjuangan, Ilham, Mashanda, Marcel, Dinda dan untuk seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Perkenankan penulis untuk mengucapkan maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penelitian ini terdapat kesalahan maupun kekurangan. Semoga penelitian ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Jakarta, Juni 2023

Muhammad Rifqi





## DAFTAR ISI

Halaman

|   |             |
|---|-------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                            | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                            | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                      | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                     | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                 | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                              | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                   | 1           |
| 1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah.....   | 15          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                               | 16          |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                             | 17          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b> | <b>19</b>   |
| 2.1 Landasan Teori .....                                  | 19          |
| 2.1.1 Pemasaran.....                                      | 19          |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran .....                           | 22          |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran .....                              | 22          |
| 2.1.4 Keputusan Berlangganan (Pembelian) .....            | 26          |
| 2.1.5 Perilaku Konsumen.....                              | 32          |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.6 Faktor Pribadi .....  | 38        |
| 2.1.7 Faktor Sosial .....   | 41        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                      | 44        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....  | 53        |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                                      | 55        |
| 2.4.1 Paradigma Penelitian .....                                    | 56        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                          | <b>57</b> |
| 3.1 Metode Yang Digunakan .....                                     | 57        |
| 3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....                                | 58        |
| 3.3 Oprasional Variabel .....                                       | 58        |
| 3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....                            | 62        |
| 3.4.1 Sumber dan Jenis Data .....                                   | 62        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 64        |
| 3.6 Rancangan Analisi dan Uji Hipotesis.....                        | 66        |
| 3.6.1 Uji Keabsahan Data .....                                      | 68        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....                                       | 70        |
| 3.6.3 Alat dan analisis data.....                                   | 72        |
| 3.6.4 Uji Hipotesis.....  | 76        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                  | <b>78</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                             | 78        |
| 4.1.1 Sejarah Spotify .....   | 78        |
| 4.2 Hasil Penelitian Karakteristik atau Profil Responden.....       | 79        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....        | 80        |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                | 80        |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... | 81        |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....    | 81        |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....                                   | 82  |
| 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....   | 83  |
| 4.3.1 Faktor Pribadi .....  | 84  |
| 4.3.2 Faktor Sosial .....   | 95  |
| 4.3.3 Keputusan Berlangganan .....  | 102 |
| 4.4 Uji Keabsahan Data .....  | 116 |
| 4.4.1 Uji Validitas.....  | 116 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas .....  | 118 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....  | 119 |
| 4.5.1 Uji Normalitas .....  | 119 |
| 4.5.2 Uji Multikolinieritas .....   | 120 |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....   | 121 |
| 4.6 Alat Analisis .....   | 122 |
| 4.6.1 Regresi Linier Berganda.....  | 122 |
| 4.6.2 Koefisien Korelasi .....  | 124 |
| 4.6.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....  | 125 |
| 4.7 Uji Hipotesis .....   | 126 |
| 4.7.1 Uji Silmultan (Uji F).....  | 126 |
| 4.9.2 Uji Parsial (Uji T) .....   | 126 |
| 4.8 Pembahasan .....  | 129 |
| 4.8.1 Pengaruh Faktor Pribadi (X1) dan Faktor Sosial (X2) Terhadap<br>keputusan berlangganan (Y)..... | 129 |
| 4.8.2 Pengaruh Faktor Pribadi (X1) Terhadap Keputusan Berlangganan<br>(Y).....                        | 130 |
| 4.8.3 Pengaruh Faktor Sosial (X2) Terhadap keputusan berlangganan (Y)                                 |     |

|   |            |
|---|------------|
| .....                                   | 130        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b> | <b>132</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                    | 132        |
| 5.2 Saran .....                         | 133        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>             | <b>134</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    | <b>139</b> |



## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 perbanding layanan musik spotify .....                  | 7       |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                              | 43      |
| Tabel 3.1 Oprasional Variabel .....                               | 57      |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                      | 67      |
| Tabel 3.3 Rentang Skala .....                                     | 73      |
| Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Kolerasi .....                   | 74      |
| Tabel 3.5 Tingkat Koefisien Determinasi .....                     | 75      |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....        | 79      |
| Tabel 4.2 Profil Responden Bedasarkan Usia .....                  | 79      |
| Tabel 4.3 Profil Responden Bedasarkan Pendidikan Terakhir .....   | 80      |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....     | 81      |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ..... | 81      |
| Tabel 4.6 Rentang Skala .....                                     | 83      |
| Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 1 .....         | 83      |
| Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 2 .....         | 84      |
| Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 3 .....         | 85      |
| Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 4 .....        | 85      |
| Tabel 4.11 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 5 .....        | 86      |
| Tabel 4.12 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 6 .....        | 87      |
| Tabel 4.13 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 7 .....        | 88      |
| Tabel 4.14 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 8 .....        | 88      |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.15 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 9 .....  | 89  |
| Tabel 4.16 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 10 ..... | 90  |
| Tabel 4.17 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 11 ..... | 91  |
| Tabel 4.18 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 12 ..... | 91  |
| Tabel 4.19 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 13 ..... | 92  |
| Tabel 4.20 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 14 ..... | 93  |
| Tabel 4.21 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 15 ..... | 94  |
| Tabel 4.22 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 1 .....  | 95  |
| Tabel 4.23 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 2 .....  | 95  |
| Tabel 4.24 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 3 .....  | 96  |
| Tabel 4.25 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 4 .....  | 97  |
| Tabel 4.26 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 5 .....  | 98  |
| Tabel 4.27 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 6 .....  | 99  |
| Tabel 4.28 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 7 .....  | 99  |
| Tabel 4.29 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 8 .....  | 100 |
| Tabel 4.30 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 9 .....  | 101 |
| Tabel 4.31 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 1 .....  | 102 |
| Tabel 4.32 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 2 .....  | 102 |
| Tabel 4.33 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 3 .....  | 103 |
| Tabel 4.34 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 4 .....  | 104 |
| Tabel 4.35 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 5 .....  | 105 |
| Tabel 4.36 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 6 .....  | 105 |
| Tabel 4.37 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 7 .....  | 106 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.38 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 8 .....  | 107 |
| Tabel 4.39 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 9 .....  | 108 |
| Tabel 4.40 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 10 ..... | 108 |
| Tabel 4.41 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 11 ..... | 109 |
| Tabel 4.42 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 12 ..... | 110 |
| Tabel 4.43 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 13 ..... | 111 |
| Tabel 4.44 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 14 ..... | 111 |
| Tabel 4.45 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 15 ..... | 112 |
| Tabel 4.46 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 16 ..... | 113 |
| Tabel 4.47 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 17 ..... | 114 |
| Tabel 4.48 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 18 ..... | 114 |
| Tabel 4.53 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....     | 116 |
| Tabel 4.54 Hasil Uji Reliabilitas .....                     | 118 |
| Tabel 4.55 Hasil Uji Multikolinieritas .....                | 120 |
| Tabel 4.56 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....           | 122 |
| Tabel 4.57 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....               | 124 |
| Tabel 4.58 Hasil Parameter Uji F.....                       | 125 |
| Tabel 4.59 Hasil Parameter Uji T .....                      | 126 |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Daftar Negara Pengguna Internet Terbesar di Asia.....                                | 2       |
| Gambar 1.2 Aplikasi Streaming Musik Paling Banyak Diunduh<br>Seluruh Dunia Tahun 2021 .....     | 5       |
| Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Spotify Global<br>(Kuartal I 2015–Kuartal I 2023)..... | 8       |
| Gambar 1.4 Pengguna Aplikasi Spotify Tahun 2018-2022 .....                                      | 9       |
| Gambar 1.5 Pendapatan Spotify Tahun 2016 Hingga 2022.....                                       | 10      |
| Gambar 1.6 Pengguna Spotify Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                      | 11      |
| Gambar 1.7 Pengguna Spotify Berdasarkan Usia .....  | 12      |
| Gambar 1.8 Iklan Pada Aplikasi Spotify Free.....  | 13      |
| Gambar 1.9 Iklan Promosi Spotify <i>Premium</i> .....   | 14      |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....   | 53      |
| Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....  | 55      |
| Gambar 4.1 Logo Spotify.....  | 77      |
| Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil uji Normalitas .....   | 119     |
| Gambar 4.3 Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                      | 121     |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                               | 139     |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden .....                    | 146     |
| Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Faktor Pribadi (X1).....         | 149     |
| Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Faktor Sosial (X2) .....         | 152     |
| Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Keputusan Berlangganan (Y) ..... | 155     |
| Lampiran 6 Nilai T tabel.....                                      | 158     |
| Lampiran 7 Nilai F tabel .....                                     | 161     |
| Lampiran 8 Nilai R tabel.....                                      | 165     |
| Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Faktor Pribadi (X1).....            | 168     |
| Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X2) .....           | 170     |
| Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Keputusan Berlangganan (Y) .....   | 171     |
| Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas .....                           | 174     |
| Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                           | 175     |
| Lampiran 14 Hasil Uji Alat Analisis Data .....                     | 177     |
| Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis.....                               | 178     |
| Lampiran 16 Bukti Penyebaran Kuesioner .....                       | 179     |
| Lampiran 17 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi.....               | 180     |