

**PENGARUH *PUBLIC RELATION* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN *FAMILYMART* DI JAKARTA TIMUR**

***THE INFLUENCE OF PUBLIC RELATIONS AND SERVICE
QUALITY ON FAMILYMART CUSTOMER BUYING
DECISIONS IN EAST JAKARTA***

Oleh :
Rosalita Oktaviani
2019410063

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat-
Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang dibawah ini :

Nama : Rosalita Oktaviani

Nim : 2019410063

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

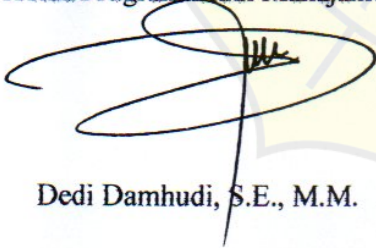
Judul Skripsi : Pengaruh *Public Relation* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *FamilyMart* di Jakarta Timur

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, Februari 2025

Mengetahui,

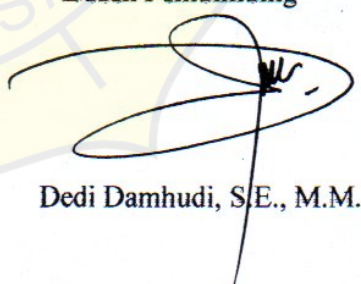
Ketua Program Studi Manajemen



Dedi Damhudi, S.E., M.M.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dedi Damhudi, S.E., M.M.

**PENGARUH *PUBLIC RELATION* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PELANGGAN *FAMILYMART* DI JAKARTA TIMUR**

***THE INFLUENCE OF PUBLIC RELATIONS AND SERVICE
QUALITY ON FAMILYMART CUSTOMER BUYING
DECISIONS IN EAST JAKARTA***

Oleh :

Rosalita Oktaviani

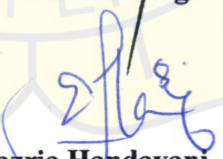
2019410063

SKRIPSI

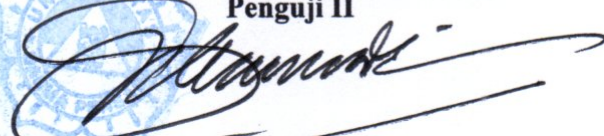
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

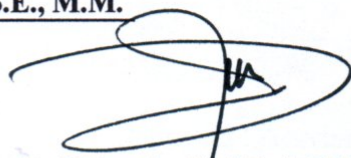
**Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal
Jakarta, 7 Februari 2025 dengan nilai**


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Pembimbing


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


Dr. Resa Nurlaela Anwar, S.E., M.M.
Penguji II


Dr. Sukardi, S.E., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Penguji III


Dedi Damhudi, S.E., M.M.
Ketua Jurusan Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rosalita Oktaviani

NIM : 2019410063

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul *Pengaruh Public Relation dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan FamilyMart di Jakarta Timur* yang dibimbing oleh Bapak/Ibu pembimbing 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, Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Rosalita Oktaviani

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh *Public Relation* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *FamilyMart* di Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner terhadap 100 pelanggan *FamilyMart* di wilayah Jakarta Timur. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sample*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F dan secara parsial menggunakan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Public Relation* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan yang diperoleh $F_{hitung} = 84,836 > F_{tabel} = 3,09$ dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif antara *Public Relation* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan yang ditunjukkan oleh persamaan regresi berganda yaitu $Y = 9,981 + 0,283 X_1 + 0,495 X_2$ semakin baik *public relation* X_1 , maka keputusan pembelian pelanggan meningkat, begitu pula sebaliknya, semakin buruk *public relation*, maka semakin menurun keputusan pembelian pelanggan. Sedangkan secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan pula antara *public relation* terhadap keputusan pembelian pelanggan yang diperoleh $T_{hitung} = 10,789 > T_{tabel} = 1,98472$ dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$ dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan yang diperoleh $T_{hitung} = 12,232 > T_{tabel} = 1,98472$ dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: *Public Relation*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyse the effect of public relations and service quality on purchasing decisions of FamilyMart customers in East Jakarta. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 FamilyMart customers in the East Jakarta area. Sampling was done using a purposive sample. The analytical tools used are multiple linear regression and simple linear regression. Hypothesis testing simultaneously uses the F test and partially uses the T test.

The results showed that there was a significant influence between public relations and service quality on customer purchasing decisions obtained by $F_{hitung} = 84,836 > F_{tabel} = 3,09$ with a probability of significance of $0.000 < 0.05$. The results showed a positive influence between public relations and service quality on customer purchasing decisions as indicated by the multiple regression equation, namely $Y = 9,981 + 0,283 X_1 + 0,495 X_2$ the better the public relations X_1 , the customer purchasing decisions increase, and vice versa, the worse the public relations, the more customer purchasing decisions decrease. While partially there is also a significant positive influence between public relations on customer purchasing decisions obtained $T_{hitung} = 10,789 > T_{tabel} = 1,98472$ with a significance probability of $0.000 < 0.05$ and service quality on customer purchasing decisions obtained $T_{hitung} = 12,232 > T_{tabel} = 1,98472$ with a significance probability of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Public Relations, Service Quality, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Public Relation* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan *FamilyMart* di Jakarta Timur**” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana jurusan manajemen pemasaran di Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena, itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Orang Tua, yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan baik.
2. Bapak Dedi Dahmudi, S.E., M.M. dan Ibu Ellena Nurfazria Handayani S.E., M.M. selaku pembimbing pengganti penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi ini.
3. Bapak Dedi Dahmudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dr. Sukardi, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.

6. Seluruh teman-teman angkatan 2019 Jurusan Manajemen, yang memberikan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Terima kasih untuk diriku sendiri, yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru disetiap langkah.

Demikian proposal skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Februari 2025

Rosalita Oktaviani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Pembatasan Masalah	14
1.2.3 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	16
2.1 Pemasaran	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	17

2.1.2.1 Tujuan Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	20
2.1.3 Bauran Pemasaran	21
2.2 <i>Public Relation</i>	25
2.2.1 Pengertian <i>Public Relation</i>	25
2.2.2 Fungsi <i>Public Relation</i>	27
2.2.3 Tujuan <i>Public Relation</i>	28
2.2.4 Dimensi dan Indikator <i>Public Relation</i>	30
2.3 Kualitas Pelayanan	31
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	31
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	32
2.3.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	33
2.4 Keputusan Pembelian Pelanggan	34
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian Pelanggan	34
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan	35
2.4.3 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian Pelanggan	36
2.5 Penelitian Terdahulu	38
2.6 Kerangka Pemikiran	48
2.7 Hipotesis Penelitian.....	49
2.8 Paradigma Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Metode Yang Digunakan	51

3.2 Waktu Dan Tujuan Penelitian	52
3.3 Operasional Variabel	52
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	57
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	57
3.4.2 Cara Penentuan Data	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	63
3.6.1 Uji Keabsahan Data	63
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	64
3.6.3 Alat dan Analisis Data	66
3.6.4 Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	73
4.1.1 Sejarah Singkat <i>FamilyMart</i>	73
4.1.2 Visi dan Misi <i>FamilyMart</i>	74
4.1.3 Struktur Organisasi <i>FamilyMart</i>	75
4.2 Hasil Penelitian	77
4.2.1 Profil Responden.....	77
1. Pertanyaan penyaring	77
2. Jenis Kelamin	79
3. Usia Responden	80
4. Pendidikan Terakhir Responden	81
5. Alamat Tempat Tinggal.....	81
6. Status Pekerjaan	82
7. Rata-Rata Pengeluaran perbulan untuk membeli produk <i>FamilyMart</i>	83

8. Sudah Berapa Lama Anda Membeli Produk <i>FamilyMart</i>	84
9. Produk Varian <i>FamilyMart</i> Apa Yang Sering Anda Beli.....	85
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel Yang Diteliti	86
1. <i>Public Relation</i>	86
2. Kualitas Pelayanan	96
3. Keputusan Pembelian	105
4.2.3 Uji Keabsahan Data	114
1. Uji Validitas	114
2. Uji Reliabilitas.....	116
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	116
1. Uji Normalitas	118
2. Uji Multikolinieritas	120
3. Uji Heterokedastisitas.....	121
4.2.5 Alat Analisis	124
1. Analisis Regresi Linear Berganda	124
2. Koefisien Korelasi (R).....	128
3. Koefisien Determinasi (R^2)	129
4.2.6 Pengujian Hipotesis	132
1. Uji F	132
2. Uji T	133
4.3 Pembahasan.....	135
1. Pengaruh <i>Public Realtion</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	135
2. <i>Public Relation</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	136
3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan	137
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138

DAFTAR PUSTAKA	141
-----------------------------	------------



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Kategori Retail Fase 1 Tahun 2023	6
Tabel 1.2 Top Brand Kategori Retail Fase 2 Tahun 2024	7
Tabel 1.3 Aplikasi Family Mart dan Lawson.....	9
Tabel 1.4 Daftar Ulasan Konsumen Pengguna Fami Aps pada Playstore	10
Tabel 1.5 Data Penjualan <i>FamilyMart</i> Tahun 2021-2024	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	54
Tabel 3.2 Skala <i>likert</i>	62
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Kolerasi	68
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi R^2	69
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Perhitungan responden berdasarkan Apakah anda pelanggan produk <i>FamilyMart</i>	78
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan apakah anda membeli produk <i>FamilyMart</i> Minimal 3 kali dalam 1 bulan terakhir.....	79
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan apakah anda tinggal di Kota Jakarta Timur.....	79
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4.6 Profil Pendidikan Responden.....	81
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	82
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan status pekerjaan	83
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran perbulan untuk membeli produk <i>FamilyMart</i>	84
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Anda Membeli Produk <i>FamilyMart</i>	85
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Produk Varian <i>FamilyMart</i> Apa Yang Sering Anda Beli	86
Tabel 4.12 Tanggapan responden berdasarkan Saya mengetahui	

seberapa banyak prestasi yang diraih oleh <i>FamilyMart</i>	87
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Berdasarkan Saya mengetahui beberapa informasi mengenai produk <i>FamilyMart</i>	88
Tabel 4.14 Tanggapan responden berdasarkan Kegiatan pelayanan masyarakat <i>FamilyMart</i> memberikan manfaat bagi masyarakat	89
Tabel 4.15 Tanggapan responden berdasarkan Kegiatan pelayanan masyarakat <i>FamilyMart</i> melibatkan partisipasi masyarakat dengan baik.....	90
Tabel 4.16 Tanggapan responden berdasarkan Saya mendengar promosi dilakukan <i>FamilyMart</i>	91
Tabel 4.17 Tanggapan responden berdasarkan Saya mendengar berita yang berguna mengenai produk dan layanan dari <i>FamilyMart</i>	92
Tabel 4.18 Tanggapan responden berdasarkan Saya sering melihat publikasi <i>FamilyMart</i> di media cetak seperti koran, majalah, dll.....	93
Tabel 4.19 Tanggapan responden berdasarkan Saya sering melihat publikasi <i>FamilyMart</i> di media social.....	94
Tabel 4.20 Tanggapan responden berdasarkan pihak <i>FamilyMart</i> menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah dipahami pelanggan.	95
Tabel 4.21 Tanggapan responden berdasarkan pesan yang disampaikan <i>FamilyMart</i> relevan dengan pelanggan.....	95
Tabel 4.22 Tanggapan responden berdasarkan pelayanan <i>FamilyMart</i> sudah sesuai dengan yang saya harapkan.	97
Tabel 4.23 Tanggapan responden berdasarkan karyawan <i>FamilyMart</i> memberikan pelayanan akurat terhadap kebutuhan saya.	98
Tabel 4.24 Tanggapan responden berdasarkan karyawan <i>FamilyMart</i> membantu keluhan konsumen.....	98
Tabel 4.25 Tanggapan responden berdasarkan karyawan <i>FamilyMart</i> pemberian pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap konsumen	99
Tabel 4.26 Tanggapan responden berdasarkan karyawan <i>FamilyMart</i> memiliki kompetensi menjelaskan informasi produk.....	100

Tabel 4.27 Tanggapan responden berdasarkan karyawan <i>FamilyMart</i> memiliki pengetahuan akan produk-produk yang dijual.	101
Tabel 4.28 Tanggapan responden berdasarkan karyawan <i>FamilyMar</i> melayani dengan ramah.....	102
Tabel 4.29 Tanggapan responden berdasarkan <i>FamilyMart</i> melayani sopan dan baik.	103
Tabel 4.30 Tanggapan responden berdasarkan penampilan fasilitas yang diterapkan <i>FamilyMart</i> sangat tertera	103
Tabel 4.31 Tanggapan responden berdasarkan penampilan fisik produk yang diterapkan <i>FamilyMart</i> sangat baik.....	104
Tabel 4.32 Tanggapan responden berdasarkan saya mengambil keputusan untuk membeli produk di <i>FamilyMart</i> atas pengalaman orang lain	105
Tabel 4.33 Tanggapan responden berdasarkan <i>FamilyMart</i> menyediakan banyak pilihan produk.....	106
Tabel 4.34 Tanggapan responden berdasarkan saya lebih memilih <i>FamilyMart</i> dibandingkan dengan minimarket lain.....	107
Tabel 4.35 Tanggapan responden berdasarkan Saya merasa bahwa kualitas produk <i>FamilyMart</i> sangat dipercaya.	105
Tabel 4.36 Tanggapan responden berdasarkan berdasarkan harga produk <i>FamilyMart</i> sangat cocok dikantong saya.....	109
Tabel 4.37 Tanggapan responden berdasarkan persediaan barang produk <i>FamilyMart</i> sangat lengkap.....	110
Tabel 4.38 Tanggapan responden berdasarkan saya membutuhkan waktu singkat untuk membeli produk di <i>FamilyMart</i>	111
Tabel 4.39 Tanggapan responden berdasarkan saya memutuskan pembelian produk <i>FamilyMart</i> setelah adanya promosi.....	112
Tabel 4.40 Tanggapan responden berdasarkan saya melakukan pembelian lebih dari satu produk.....	112
Tabel 4.41 Tanggapan responden berdasarkan saya membeli produk <i>FamilyMart</i> sesuai dengan keinginan	113
Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Public Relation</i>	115

Tabel 4.43 Uji Reliabilitas Variabel <i>Public Relation</i>	117
Tabel 4.44 Uji Normalitas.....	120
Tabel 4.45 Hasil Uji Multikolinieritas	121
Tabel 4.46 Parameter Kuantitatif Variabel <i>Public Relation</i> , Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian.....	124
Tabel 4.47 Parameter Kuantitatif Variabel <i>Public Relation</i> Terhadap Keputusan pembelian	125
Tabel 4.48 Parameter Kuantitatif Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian	127
Tabel 4.49 Parameter Kuantitatif Koefisien Korelasi <i>Public Relation</i> dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian ...	128
Tabel 4.50 Parameter Kuantitatif Koefisien Determinasi <i>Public Relation</i> dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian	130
Tabel 4.51 Parameter Kuantitatif Koefisien Determinasi <i>Public Relation</i> Keputusan pembelian	131
Tabel 4.52 Parameter Kuantitatif Koefisien Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian	132
Tabel 4.53 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	133
Tabel 4.54 Hasil Uji Parsial (Uji T) Pengaruh <i>Public Relation</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 4.55 Hasil Uji Parsial (Uji T) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	134
Tabel 4.56 Hasil Penelitian <i>Public Relation</i> Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian	140

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 PDB Industri Makanan dan Minuman (Q2/2021 – Q2/2023).....	2
Gambar 1.2 Gerai Retail Tahun 2024	4
Gambar 1.3 Jumlah Ulasan Fami Aps pada Playstore	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	50
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Fajar Mitra Indah (<i>FamilyMart</i>).....	77
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	119
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	123

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	147
Lampiran 2 Data Profil Responden Penelitian.....	154
Lampiran 3 Pertanyaan Penyaring	162
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian Variabel <i>Public Relation</i>	168
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan	171
Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian Variabel Keputusan Pembelian	174
Lampiran 7 F Tabel.....	177
Lampiran 8 R Tabel	178
Lampiran 9 T Tabel.....	179
Lampiran 10 Uji Validitas.....	180
Lampiran 11 Uji Reliabilitas	181
Lampiran 12 Uji Normalitas	181
Lampiran 13 Hasil Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas	183
Lampiran 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	184
Lampiran 15 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	184
Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	185
Lampiran 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi1 (R^2).....	185
Lampiran 18 Hasil Uji F dan T	187
Lampiran 19 Bukti Penyebaran Kuesioner	188
Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....	189
Lampiran 21 Catatan Kegiatan Konsultasi	190