

**PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT
MASYARAKAT PEDESAAN MENABUNG DI BANK SYARIAH**

**(Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten
Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon



Oleh:

PUPUT KARTIKA

NIM: 1908203016

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1445 H / 2023 M

ABSTRAK

PUPUT KARTIKA 1908203016 : *Pengaruh Lokasi dan Brand Image Terhadap Minat Masyarakat Pedesaan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon), Skripsi 2023.*

Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, seharusnya pihak lembaga keuangan tersebut dapat menerapkan strategi agar masyarakat berkeinginan untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka lembaga harus meningkatkan *Brand Image* baik dari produknya maupun dari pelayanannya. Selain memberikan produk yang terbaik, lokasi suatu bank juga sangat berpengaruh dalam minat masyarakat menabung karena dengan lokasi yang mudah di jangkau dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk bertransaksi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini menggunakan metode survey dengan penyebaran angket. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon. Data primer diolah dengan menggunakan SPSS 23.

Dapat disimpulkan bahwa, 1). Penelitian responden terhadap lokasi yaitu sulit di jangkau oleh masyarakat, lokasi merupakan suatu tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan strategi dalam segi ekonominya. *Brand image* merupakan penggambaran dari keseluruhan tanggapan terhadap merek dan dibentuk dari pengetahuan terhadap merek tersebut. Sehingga di dapat dari responden mengenai *brand image* bank syariah yaitu mempunyai keunggulan. Oleh karena itu, masyarakat berminat menabung di bank syariah. 2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara lokasi dan brand image terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Kata Kunci: Lokasi, Brand Image dan Minat

ABSTRACT

PUPUT KARTIKA 1908203016: *The Effect of Location and Brand Image on the Interest of Rural Communities to Save in Islamic Banks (Case Study of Sedong Kidul Village Communities, Sedong District, Cirebon Regency), Thesis 2023.*

Seeing the current development of financial institutions, these financial institutions should be able to apply strategies so that people want to save, namely by meeting the needs and desires of the community, the institution must improve the brand image of both its products and services. In addition to providing the best products, the location of a bank is also very influential in people's interest in saving because an easy-to-reach location can make it easy for people to make transactions.

This research uses a quantitative approach, this type of research uses a survey method by distributing questionnaires. Sampling used purposive sampling with a total of 100 respondents from Sedong Kidul Village, Sedong District, Cirebon Regency. Primary data is processed using SPSS 23.

It can be concluded that, 1). Respondents' research on location is that it is difficult to reach by the community, location is a place where the company operates or where the company carries out activities to produce goods or services that prioritize strategy in terms of its economy. Brand image is a depiction of the overall response to the brand and is formed from knowledge of the brand. So that it can be obtained from respondents regarding the brand image of Islamic banks, namely having advantages. Therefore, people are interested in saving in Islamic banks. 2). The results of the study show that there is a positive and significant influence simultaneously between location and brand image on people's interest in saving in Islamic banks.

Keywords: Location, Brand Image and Interest

خلاصة

فوفوت كرتيكا (١٩٠٨٢٠٣٠١٦): تأثير الموقع وصورة العلامة التجارية على مصلحة المجتمعات ، أطروحة الريفية في الادخار في البنوك الإسلامية (دراسة حالة لمجتمعات قرية سيدن كيدول شربون ، ٢٠٢٣

بالنظر إلى التطور الحالي للمؤسسات المالية ، يجب أن تكون هذه المؤسسات المالية قادرة على تنفيذ الاستراتيجيات بحيث يرغب الناس في الادخار ، أي من خلال تلبية احتياجات ورغبات المجتمع ، يجب على المؤسسة تحسين صورة العلامة التجارية لكل من منتجاتها وخدماتها. بالإضافة إلى توفير أفضل المنتجات ، يعد موقع البنك أيضًا مؤثرًا جدًا في اهتمام الناس بالادخار لأن الموقع الذي يسهل الوصول إليه يمكن أن يسهل على الأشخاص إجراء المعاملات.

يستخدم هذا البحث المنهج الكمي ، ويستخدم هذا النوع من البحث طريقة المسح من خلال توزيع الاستبيانات. استخدم أخذ العينات أخذ عينات هادفة مع ما مجموعه ١٠٠ مشارك من قرية سيدن كيدول ، SPSS. ٢٣. معالجة البيانات الأساسية باستخدام

يمكن استنتاج أن ، (١). بحث المستجيبين حول الموقع هو أنه من الصعب الوصول إليه من قبل المجتمع ، والموقع هو المكان الذي تعمل فيه الشركة أو حيث تقوم الشركة بأنشطة لإنتاج سلع أو خدمات تعطي الأولوية للاستراتيجية فيما يتعلق بالاقتصاد. صورة العلامة التجارية هي تصوير للاستجابة الشاملة للعلامة التجارية وتتشكل من معرفة العلامة التجارية. بحيث يمكن الحصول عليها من المبحوثين فيما يتعلق بصورة العلامة التجارية للبنوك الإسلامية ، أي أنها تتمتع بالمزايا. لذلك ، يهتم الناس بالادخار في البنوك الإسلامية. (٢). بينت نتائج الدراسة أن هناك تأثيراً إيجابياً ومعنوياً بالتزامن بين الموقع وصورة العلامة التجارية على اهتمام الناس بالادخار في البنوك الإسلامية.

الكلمات الرئيسية: الموقع وصورة العلامة التجارية والاهتمام

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT
MASYARAKAT PEDESAAN MENABUNG DI BANK SYARIAH**

**((Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong
Kabupaten Cirebon)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

PUPUT KARTIKA

NIM. 1908203016

Pembimbing:

Pembimbing I,

Dra. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 197301072009012001

Pembimbing II

Abdul Ghoni, M. A

NIP.198410122019031

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan Skripsi dari:

Nama : Puput Kartika

NIM : 1908203016

Skripsi Berjudul : **Pengaruh Lokasi dan *Brand Image* Terhadap Minat Masyarakat Pedesaan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon)**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Cirebon, Maret 2023

Pembimbing I,

Dra. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 197301072009012001

Pembimbing II

Abdul Ghoni, M. A

NIP. 198410122019031

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PEDESAAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon)”. Oleh Puput Kartika, NIM 1908203016, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 29 Maret 2023.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, April 2023

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang



Eci Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

Sekretaris Sidang

Nur Eka Setiowati, S.Pd, M.Si

NIP. 19810308 200604 2 001

Penguji

Penguji I,

Dr. Abdul Aziz, M. Ag

NIP. 197305262005011000

Penguji II

H. Ridwan Widagdo, M.Si

NIP. 197308061999032003

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Puput Kartika

NIM : 1908203016

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 29 Desember 2000

Alamat : Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PEDESAAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya.

Cirebon, Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



PUPUT KARTIKA

NIM. 1908203016

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya yang sederhana ini teruntuk:

Yang sangat aku Hormati, aku Cintai, dan aku Sayangi Ibuku Suinah dan Ayahku Bapak Shendi. Terimakasih untuk cinta, kasih sayang, doa, dukungan moril dan material, serta perjuangan yang tak pernah kenal lelah untukku selama ini.

Terimakasih Untuk Segalanya.

Teruntuk kakak – kakaku Melly Amelia dan Mohammad Hilman yang begitu luar biasa. Terimakasih telah membantuku dalam menyelesaikan gelar sarjanaku.

Sukses selalu dan tetap menjadi pribadi yang sederhana.

Teruntuk teman – teman dan sahabatku tersayang Linda, Mila, Endang, Pania, Susan, David, Indah, Riska, Dena, Amaliya, Uswatun, Diana, Rizki, Terimakasih atas bantuannya, supportnya, bahagia bisa berada di tengah-tengah kalian.

Semoga kita semua akan menjadi orang yang sukses di dunia maupun di akhirat.

Aamiin

Teruntuk Bapak dan Ibu dosen, Fakultas Syariah yang telah memberikan ilmu yang luar biasa tak ternilai dan sangat berguna.

Skripsi ini adalah suatu bentuk ungkapan hormat dan baktiku atas segala cinta, kasih, dan doa yang telah diberikan oleh orang tua tercinta, keluarga tersayang dan teman-teman.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Puput Kartika. Lahir di Cirebon pada Tanggal 29 Desember 2000 dari seorang Ayah yang bernama Suhendi dan Ibu yang bernama Suinah. Nama panggilan Puput. Alamat lengkap di Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon.

Riwayat Pendidikan penulis:

1. SDN 3 Sedonglor 2007- 2013
2. MTS Yatamu Pasawahan 2013 – 2016
3. MA Yatamu Pasawahan 2016 -2019

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul Skripsi **“Pengaruh Lokasi dan *Brand Image* Terhadap Minat Masyarakat Pedesaan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon)”** dibawah bimbingan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si dan Bapak Abdul Ghani M.A.

MOTTO

“LAKUKAN APAPUN YANG BAIK, UNTUK MENJADI YANG TERBAIK”



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penyusun sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan segala kemudahan dan kelancaran. Shalawat serta salam senantiasa penyusun panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan umatnya ke jalan yang benar. Terimakasih berkat doa, pengorbanan, dan kasih sayang orang tua Ibu Suniah dan Bapak Suhendi skripsi ini dapat di selesaikan.

Dalam kesempatan yang berbahagia ini, penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi dan Brand Image Terhadap Minat Masyarakat Pedesaan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon)”**. Skripsi merupakan salah satu syarat dalam memenuhi tugas akhir kuliah. Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Keadaan ini semata-mata karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Tersusunnya skripsi ini atas kerjasama dan bimbingan dari semua pihak yang telah ikut berpartisipasi mulai dari pembekalan, perencanaan, pelaksanaan, hingga terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
4. Ibu Nur Eka Setiowati, S.Pd, M.Si, Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

5. Ibu Dra. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si. Dosen Pembimbing I terhormat yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang sangat berguna dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dari awal pembekalan, proses penyusunan skripsi, hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Abdul Ghani, M. A , Dosen Pembimbing II terhormat yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang sangat berguna dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dari awal pembekalan, proses penyusunan skripsi, hingga terselesaikannya skripsi ini
7. Para dosen Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan dan membekali saya ilmu yang sangat berguna.
8. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon yang turut membantu mempermudah dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Yanto aparat Desa Sedong Kidul yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan data dan informasi mengenai masyarakat Desa Sedong Kidul
10. Kakak- kakaku tersayang Mely Amelia dan Mohammad Hilman, terimakasih atas support, do'a, motivasi dan segalanya yang mengantarkan saya pada setiap kemudahan dan kelancaran demi terselesaikannya skripsi ini.
11. Teman-teman dan sahabat-sahabatku tersayang yang selalu ada dalam setiap suka dukaku. Terimakasih atas kerjasama, dukungan, dan do'a nya selama proses skripsi ini
12. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah angkata 2019 yang sudah memberikan kenangan dan tidak mungkin terlupakan hampir selama empat tahun ini.
13. Semua pihak yang telah membantu baik dalam bentuk moral maupun material untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, kesalahan, dan dauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan penulis.

Oleh karena itu, masukan, kritik, serta saran dari seluruh pembaca skripsi ini sangat penulis harapkan demi peningkatan kualitas penulisan selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhirnya, penulis mohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam hal penulisan maupun hal lainnya dalam penulisan skripsi ini.

Cirebon, 2 Maret 2023

Penulis

Puput Kartika



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
خلاصة	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Lokasi	13
1. Pengertian lokasi	13
2. Memilih Tempat atau Lokasi	15
3. Lokasi dalam Perspektif Islam	17
B. Brand Image	17
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	17
2. Faktor-Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	20
C. Minat Menabung	21

1. Pengertian Minat	21
4. Macam-Macam Minat	25
5. Tahapan Untuk Mencapai Minat Suatu Keputusan Pembelian.....	26
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	28
E. Kerangka Pemikiran	38
1. Pengaruh Lokasi (X_1) Terhadap Minat Menabung (Y)	38
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Minat Menabung(Y)	39
3. Pengaruh Lokasi (X_1) dan <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Minat Menabung (Y) 40	
F. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
b. Sasaran Penelitian	42
c. Waktu Penelitian	42
d. Tempat Penelitian.....	43
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
C. Sumber Data.....	43
a. Data primer.....	43
b. Data sekunder.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	44
a. Wawancara.....	44
b. Observasi.....	45
c. Angket	45
E. Populasi dan Sampel.....	46
a. Populasi	46
b. Sampel Penelitian.....	46
F. Operasional Variabel.....	47
G. Instrumen Penelitian	51
a. Uji Validitas	51
b. Uji Reliabilitas	52
H. Teknik Analisis Data	52
I. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas	53
b. Uji Multikolonieritas	53

c.	Uji heteroskedastisitas.....	54
d.	Uji Regresi Linear Berganda.....	54
J.	Uji Hipotesis	55
a.	Uji t (uji persial).....	55
b.	Uji f (Uji simultan).....	56
K.	Uji Koefisien Determinasi R^2	56
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		58
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
1.	Kondisi Geografis dan Demografis.....	58
2.	Kondisi Sosial Ekonomi.....	58
a.	Mata Pencarian/Sumber Ekonomi Masyarakat	58
b.	Sarana dan Prasana Ekonomi.....	59
c.	Jarak Masyarakat Ke Pusat Kota	59
B.	Karakteristik Responden	61
C.	Hasil Penelitian	63
1.	Uji Instrumen	63
a)	Hasil Uji Validitas.....	63
b)	Hasil Uji Reliabilitas	65
D.	Analisis Deskriptif Data Penelitian	66
1.	Deskripsi Tentang Variabel X_1 (Lokasi).....	67
2.	Deskripsi Tentang Variabel X_2 (Brand Image).....	70
3.	Deskripsi Tentang Variabel Y (Minat Menabung)	73
E.	Uji Asumsi Klasik	76
a.	Hasil Uji Normalitas	76
b.	Hasil Uji Multikolinieritas	77
c.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
d.	Hasil Uji Linear Berganda	79
e.	Hasil Analisis Uji Pengaruh Individual.....	81
F.	Hipotesis.....	82
a.	Hasil Uji t	82
b.	Hasil Uji f.....	84
G.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
H.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	86

1) Pengaruh Lokasi (X_1) Terhadap Minat Menabung (Y).....	86
2) Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Minat Menabung (Y)	87
3) Pengaruh Lokasi (X_1) dan <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Minat Menabung (Y) 89	
BAB V PENELITIAN.....	91
A. KESIMPULAN	91
B. Saran	92
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR TABEL

ANGKET PENELITIAN	96
HASIL UJI VALIDITAS X1 (LOKASI).....	105
HASIL UJI VALIDITAS <i>BRAND IMAGE</i> (X2)	106
HASIL UJI VALIDITAS MINAT MENABUNG (Y)	107
HASIL UJI RELIABILITAS X1 (LOKASI)	107
HASIL UJI RELIABILITAS X2 (BRAND IMAGE).....	108
HASIL UJI RELIABILITAS Y (MINAT MENABUNG).....	108
HASIL UJI NORMALITAS	109
HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS	109
HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS	110
HASIL UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA	110
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	111
HASIL UJI t	111
HASIL UJI F	111
Tabel r untuk $df = 1-200$	112

