

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN  
ULANG PADA MINUMAN *FRANCHISE***

**(Studi Kasus: Minuman Merek MaoMao Thai Tea)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

**Dewi Handayani**  
**NIM. 1708203097**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON  
TAHUN AJARAN 1445 H/2023 M**

## ABSTRAK

### **DEWI HANDAYANI: 1708203097 “PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA MINUMAN *FRANSCHISE* (Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)”**

Minat terhadap pembelian ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengkonsumsi produk yang diberikan setelah mencoba produk tersebut dan kemudian timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk. Seperti halnya dengan produk minuman MaoMao yang saat ini mulai berkembang dan dikenal masyarakat terutama dikalangan mahasiswa karena harga yang diberikan dirasa cukup dengan produk yang ditawarkan baik dari segi rasa, ukuran, dan kemasan serta promosi yang menarik setiap bulannya.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh harga dan promosi terhadap minat pembelian ulang minuman MaoMao. Adapun jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan sumber data berasal dari kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan menggunakan rumus *Cochran* dengan tingkat ketetapan 10%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik berupa uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis berupa uji t (parsial) dan uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan bantuan alat IBM SPSS Statistics 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh variabel harga ( $X_1$ ) dan variabel promosi ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang ( $Y$ ) dalam uji koefisien determinasi sebesar 0,43 atau 43% dan sisanya 57% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** *Harga, Promosi, Minat Pembelian Ulang, MaoMao*

## ABSTRACT

**DEWI HANDAYANI: 1708203097 “THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON REPURCHASING INTERST IN FRANCHISE BEVERAGES (CASE STUDY: MaoMao Thai Tea)”**

*High interest in repurchasing reflects a high level of satisfaction from consumers when they decide to consume a given product after trying the product and then a feeling of liking or disliking the product arises. As is the case with the MaoMao beverage product, which is currently starting to develop and be known to the public, especially among students, because the price given is considered sufficient for the product offered, both in terms of taste, size, and packaging as well as attractive promotions every month.*

*This study aims to analyze whether there is an influence of price and promotion on the intention to repurchase MaoMao drinks. The type of this research is descriptive using a quantitative approach. The type of data used is primary data with data sources derived from questionnaires. The number of samples in this study were 96 respondents using the Cochran formula with an accuracy rate of 10%. The data analysis technique used in this research is using descriptive analysis, statistical analysis in the form of validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test in the form of t test (partial) and F test (simultaneous), as well as the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test using the help of the IBM SPSS Statistics 21.*

*The results of this study indicate that there is a positive and significant influence on the effect of the price variable (X1) and the promotion variable (X2) simultaneously affecting repurchase intention (Y) in the test of the coefficient of determination of 0.43 or 43% and the remaining 57% is influenced by another factor.*

**Keywords:** Price, Promotion, Repurchase Interest, MaoMao

## خلاصة

### تأثير السعر والترويج على المصلحة لإعادة " DEWI HANDAYANI: 1708203097 MaoMao Thai Tea" دراسة حالة: مشروبات العلامة التجارية) شراء مشروبات الامتياز (MaoMao Tea)"

يعكس الاهتمام الكبير بإعادة الشراء مستوى عالٍ من رضا المستهلكين عندما يقررون استهلاك منتج معين بعد تجربة المنتج ثم ينشأ شعور بالإعجاب أو عدم الإعجاب بالمنتج. كما هو الحال مع منتجات مشروبات ، والتي بدأ تطويرها حالياً ومعروفة للجمهور ، خاصة بين الطلاب ، لأن الأسعار المقدمة MaoMao تعتبر كافية للمنتجات المعروضة ، سواء من حيث الذوق والحجم والتعبئة ، حيث بالإضافة إلى العروض الترويجية الجذابة كل شهر.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ما إذا كان هناك تأثير للسعر والترويج على نية إعادة شراء مشروبات نوع هذا البحث وصفي باستخدام منهج كمي. نوع البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية مع MaoMao. مصادر البيانات المستمدة من الاستبيانات. بلغ عدد العينات في هذه الدراسة 96 مستجيباً باستخدام معادلة كوكران بنسبة دقة 10%. تقنية تحليل البيانات المستخدمة في هذا البحث هي التحليل الوصفي ، والتحليل الإحصائي في شكل اختبار الصدق ، واختبار الموثوقية ، واختبار الافتراض الكلاسيكي ، واختبار الانحدار (متزامن) ، وكذلك اختبار F (جزئي) ، واختبار t الخطي المتعدد ، والاختبار الفرضي على شكل اختبار IBM SPSS Statistics 21. بمساعدة أداة (R2) معامل التحديد

(X2) ومتغير الترويج (X1) تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي وهام على تأثير متغير السعر في اختبار معامل تحديد 0.43 أو 43% والباقي 57% (Y) الذي يؤثر في نفس الوقت على نية إعادة الشراء يتأثرون بعامل آخر

لكلمات الرئيسية: السعر ، الترويج ، إعادة الشراء الفائزة ، MaoMao





PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN  
ULANG PADA MINUMAN *FRANSCHISE*  
(Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

**DEWI HANDAYANI**

NIM: 1708203097


Mengetahui:

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Tony Saladin Aziz, M.Ag**

NIP. 196904012014111001


  
**Dr. Hj. Sri Rokhmiasari, SE, M.Si**

NIP. 197308061999032003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



  
**Dr. Wartoyo, M.S.I**

NIP. 198307022011011008

NOTA DINAS

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Di  
Cirebon


*Assalamu'alaikumWr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksian terhadap penulisan skripsi saudara/ DEWI HANDAYANI, NIM: 1708203097 dengan judul "PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA MINUMAN *FRANCHISE* (Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk armoniasyahkan.


*Wassalamu'adkumWr. Wb.*

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Tomy Saladin Aziz, M.Ag

NIP. 196904012014111001

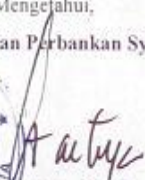
  
Dr. H. Sri Rokhlinasari, M.Si

NIP. 197308061999032003

Mengejahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



  
Dr. Wartovo, M.S.I

NIP. 198307022011011008

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA MINUMAN *FRANSCHISE* (Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)" oleh DEWI HANDAYANI, NIM: 1708203097, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 29 September 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi Handayani  
NIM : 1708203097  
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 20 Agustus 1999  
Alamat : Blok Bandongan RT/RW 001/006 Kel. Kaliwadas  
Kec.Sumber Kab.Cirebon 45611

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA MINUMAN FRANCHISE (Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)**" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai dengan kaidah akademik.

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

Cirebon, 02 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



**DEWI HANDAYANI**

**NIM. 1708203097**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Dewi Handayani  
NIM : 1708203097  
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 20 Agustus 1999  
Alamat : Blok Bandongan RT/RW  
001/006 Kel. Kaliwadas  
Kec.Sumber Kab.Cirebon  
45611

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

1. SDN 1 KALIWADAS (2005-2011)
2. MTs ASH-SHALAH (2011-2014)
3. SMK MANBA'UL 'ULUM (2014-2017)

Penulis menempuh program pendidikan Strata Satu (S-1) di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA MINUMAN *FRANSCHISE* (Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)”**.

Pengalaman organisasi penulis:

1. Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam (IMEIs) periode 2018-2020

## KATA PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'alamiin...*

*Sujud syukur ku persembahkan kepadaMu Ya Allah, Tuhan Yang Maha Esa nan Maha Kuasa. Atas takdirmu saya dapat menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman, dan bersabar. Berkat petunjuk-Mu yang selalu memberi jalan kemudahan untuk bisa sampai di penghujung awal perjuanganku dengan terselesaikannya skripsi ini tepat pada waktunya. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku dalam meraih cita-cita.*

*Dengan ini, ku persembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku yaitu Bapak Sukarno dan Ibu Nurlela serta keluarga yang tiada henti berjuang memanjatkan doa disetiap sholatnya demi melihat anaknya sukses dan bahagia. Terimakasih telah memberikan do'a, motivasi, dukungan materiil maupun non materiil, serta memberikan semangat yang tiada henti sehingga terselesaikannya skripsi ini sebagai tanda lulusnya aku dari bangku perkuliahan, semoga kelak diri ini dapat menjadi pribadi yang bermanfaat dan dapat lebih membahagiakan mama dan mimi. Aamiin.*



## MOTTO

لا الشَّمْسُ يَنْبَغِي هَا أَنْ تُدْرِكَ الْقَمَرَ وَلَا اللَّيْلُ سَابِقُ النَّهَارِ وَكُلٌّ فِي فَلَكٍ يَسْبَحُونَ ﴿٤٠﴾

“Tidaklah mungkin bagi matahari mengejar bulan dan malam pun tidak dapat mendahului siang. Masing-masing beredar pada garis edarnya” (Q.S. Yasiin:40)



## KATA PENGANTAR



Segala puji hanya milik Allah SWT yang telah memberikan limpahan taufik, hidayah, rahmat serta nikmat kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan kita yakni Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat serta pengikutnya semoga kita semua seluruh kaum muslimin termasuk dalam umatnya dan memperoleh syafa'atnya kelak di yaumul akhir.

Alhamdulillah Robbil'alamiin dengan pertolongan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA MINUMAN *FRANSCHISE* (Studi Kasus: Minuman Merek Maomao Thai Tea)”**.

Suatu kebanggaan yang tidak terduga bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya capur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Sukarno dan Ibu Nurlela yang selalu memberikan doa, materi, kata-kata positif dan semangat tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dan tidak lupa juga dengan segala kerendahan hati, izinkan penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. Didi Sukardi, MH., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Wartoyo, M.S.I. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Hj. Nining Wahyuningsih, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Tomy Saladin Aziz, M.Ag dan Ibu Dr. Hj. Sri Rokhlinasari, M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan



pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.

6. Dr. H. R. Agus Abikusna, SH, MM., Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas selama penulis menempuh studi di Jurusan Perbankan Syariah.
8. Seluruh teman-teman angkatan 2017 yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman Perbankan Syariah C yang telah memberikan keceriaan, semangat, dan kenangan yang luar biasa selama menempuh studi di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
10. Keluargaku di organisasi IMEIs.
11. Seluruh sahabatku DELIRA yang selalu mensupport segala aktivitasku.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak tersebut menjadi amal ibadah dan senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin, Jazakumullahu khairon.

Cirebon, 02 Juli 2023

**DEWI HANDAYANI**

**NIM. 1708203097**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
خلاصة .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
1. Identifikasi Permasalahan.....	6
2. Pembatasan Masalah .....	6
3. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat Penelitian.....	7
D. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Harga .....	9
2. Promosi.....	11
3. Minat Pembelian Ulang.....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	25

C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Metodologi Penelitian .....	34
1. Pendekatan Penelitian.....	34
2. Jenis Penelitian .....	34
B. Sasaran, Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
1. Sasaran Penelitian.....	34
2. Tempat Penelitian.....	34
3. Waktu Penelitian .....	34
C. Sumber Data.....	35
1. Data Primer.....	35
2. Data Sekunder .....	35
D. Populasi dan Sampel .....	35
1. Populasi .....	35
2. Sampel.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
1. Observasi .....	37
2. Wawancara .....	37
3. Dokumentasi.....	38
4. Kuesioner (Angket) .....	38
F. Instrumen Penelitian.....	38
G. Definisi Operasional Variabel.....	39
H. Teknik Analisis Data.....	42
1. Pengujian Validitas.....	42
2. Pengujian Reliabilitas.....	43
3. Asumsi Klasik .....	43
4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
5. Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	48
B. Hasil dan Uji Penelitian .....	50
1. Karakteristik Responden .....	50
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	53

3. Uji Validitas.....	60
4. Pengujian Reliabilitas.....	61
5. Asumsi Klasik .....	62
6. Analisis Regresi Linear Berganda .....	65
7. Uji Hipotesis.....	66
C. Pembahasan Penelitian.....	72
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
A. Buku .....	77
B. Jurnal.....	77
C. Skripsi .....	79
D. Tesis .....	81
E. Website.....	81
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan MaoMao per bulan .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> Kuesioner.....	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2 Responden Menurut Usia.....	51
Tabel 4.3 Responden Menurut Pekerjaan .....	51
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	52
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X1).....	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X2) ...	55
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Pembelian Ulang (Y) .....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Vaiditas (X <sub>1</sub> ), (X <sub>2</sub> ), dan (Y).....	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji t Parsial.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji F Simultan ...	69
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi SPTW per Sektor.....	2
Gambar 1.2 Kompetitor Minuman Franchise .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Harga (X1).....	55
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Promosi (X2) .....	57
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel Minat Pembelian Ulang (Y) .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	87
Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden.....	88
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Terhadap Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas .....	98
Lampiran 6 Hasil Uji Reabilitas.....	103
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas .....	104
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	105
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	106
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	107
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	108
Lampiran 12 Hasil Uji t.....	109
Lampiran 13 Hasil Uji f.....	110
Lampiran 14 r Tabel.....	111
Lampiran 15 t Tabel.....	113
Lampiran 16 f Tabel.....	114
Lampiran 17 Surat Pengantar Penelitian.....	115
Lampiran 18 Surat Keterangan (SK) Penelitian.....	116
Lampiran 19 Kartu Bimbingan .....	117