

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*SUNSCREEN AZARINE* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh:

**NESTRI FARASSURY**

**NIM : 2008204148**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON**

**1444 H / 2023 M**

## ABSTRAK

**Nestri Farassury.** NIM : 2008204148. “PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON. Skripsi 2023.

*Social media marketing, celebrity endorsement dan brand image dapat menjadi pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk kecantikan. Brand cosmetic Azarine masuk kedalam top 50 brand Indonesia tahun 2022 berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh compass.com pada 2022. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Social media marketing, celebrity endorsement dan brand image terhadap keputusan pembelian brand kosmetik Azarine.*

*Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sample dilakukan dengan teknik sampling purposif dan jumlah reponden sebanyak 100 orang yang berasal dari fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda.*

*Penelitian ini mendapatkan hasil, bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara sosial media marketing, celebrity endorsement dan brand image terhadap keputusan pembelian. Social media marketing tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand Azarine, celebrity endorsement dan brand image berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand Azarine di fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.*

**Kata Kunci:** *Social Media Marketing, Celebrity Enndorsement, Brand Image, Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

**Nestri Farassury**. NIM: 2008204148. "*THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT AND BRAND IMAGE ON THE DECISION TO PURCHASE AZARINE SUNSCREEN PRODUCTS IN STUDENTS OF THE FACULTY OF BUSINESS AND ISLAMIC ECONOMICS IAIN SYEKH NURJATI CIREBON*". Thesis 2023.

*Social media marketing, celebrity endorsement and brand image can influence consumer purchasing decisions in choosing beauty products. The Azarine cosmetic brand is included in the top 50 Indonesian brands in 2022 based on the results of a survey conducted by compass.com in 2022. This research was conducted to analyze the influence of social media marketing, celebrity endorsement and brand image on purchasing decisions for the Azarine cosmetic brand.*

*This research uses quantitative methods with associative research. Sampling was carried out using a purposive sampling technique and the number of respondents was 100 people from the Islamic economics and business faculty of IAIN Syekh Nurjati Cirebon. The data analysis techniques used are descriptive analysis and multiple linear regression.*

*This research found that there is a simultaneous influence between social media marketing, celebrity endorsement and brand image on purchasing decisions. Social media marketing does not have a partial and significant influence on the decision to purchase the Azarine brand, celebrity endorsement and brand image have a partial and significant influence on the decision to purchase the Azarine brand at the Islamic Economics and Business Faculty of IAIN Syekh Nurjati Cirebon.*

**Keywords:** *Social Media Marketing, Celebrity Endorsement, Brand Image, Purchasing Decisions*

## المخلص

نستري فراسوري "تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأبيد المشاهير وصورة العلامة التجارية على قرارات الشراء لمنتجات واقى الشمس من الأزارين لطلاب كلية اقتصاديات الأعمال والإسلام عين الشيخ نورجاتي سيربيون سكرسي 2023

يمكن أن يكون للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأبيد المشاهير وصورة العلامة التجارية تأثير على قرارات الشراء لدى المستهلكين في اختيار منتجات التجميل. تم إدراج علامة أزارين لمستحضرات التجميل ضمن أفضل 50 علامة تجارية إندونيسية في عام 2022 بناءً على نتائج استطلاع أجراه موقع بوصلة دوت كوم في عام 2022. أجريت هذه الدراسة لتحليل كيفية تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأبيد المشاهير وصورة العلامة التجارية على Azarine. قرارات الشراء للعلامة التجارية لمستحضرات التجميل

يستخدم هذا البحث الأساليب الكمية مع أنواع البحوث الترابطية. وقد تم أخذ العينات باستخدام تقنية أخذ العينات الانتقائية الشيخ نورجاتي سيربيون. IAIN وكان عدد المستجيبين 100 شخص من كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية في معهد. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة هي التحليل الوصفي والانحدار الخطي المتعدد

وجدت هذه الدراسة أن هناك تأثيرًا متزامنًا بين التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأبيد المشاهير وصورة العلامة التجارية على قرارات الشراء. ليس للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي تأثير جزئي وهام على قرارات الشراء للعلامة التجارية الأزارين، كما أن تأبيد المشاهير وصورة العلامة التجارية له تأثير جزئي وهام على قرارات الشراء. الشيخ نورجاتي سيربيون IAIN للعلامة التجارية الأزارين في كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية

الكلمات المفتاحية: التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تأبيد المشاهير، صورة العلامة التجارية، قرارات

الشراء

IAIN  
SYEKH NURJATI  
CIREBON



# PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
*SUNSCREEN* AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
BISNIS DAN ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Oleh:

Nestri Farassury

NIM. 2008204148

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Refaldo Fanther, MBA

NIP.19910101 202012 1 021

Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

## NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

*Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap skripsi Nestri Farassury, NIM: 2008204148 dengan judul **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada jurusan ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

*Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

**Menyetujui**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Refaldo Fanther, MBA**

**NIP.19910101 202012 1 021**



**Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag**

**NIP. 19731223 200701 1 022**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**



**Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag**

**NIP. 19731223 200701 1 022**

## PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nestri Farassury  
NIM : 2008204148  
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 28 April 2002  
Alamat : Ds. Astana Kecamatan Gunung Jati Blok  
Pekauman RT/RW 002/001 Kabupaten Cirebon  
Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** ini beserta dengan isinya adalah benar benar karya sendiri, seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lainnya telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko da 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, 5 Maret 2024



**Nestri Farassury**

NIM. 2008204148



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”, oleh Nestri Farassury, NIM 2008204148, telah diajukan dalam sidang Munaqasah Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada bulan Maret 2024.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI) pada Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

### Sidang Munaqasah

**Ketua Sidang**



**Achmad Otong Busthomi, Lc.,M.Ag**

**NIP. 19731223 200701 1 022**

**Sekretaris Sidang**

**Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si**

**NIP. 19731125 201411 1 002**

**Penguji I**

**Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy**

**NIP. 320170519860223000**

**Penguji II**

**Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy**

**NIP. 198904212020121006**



## KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah. Dengan segala cinta, kasih sayang, juga kerendahan hati, karya sederhana ini kupersembahkan kepada orang-orang tercinta yaitu Mamah dan Bapak.

Ibunda Siti Hajar dan Bapak Sujono tercinta yang tiada lelahnya berjuang dengan segala pengorbanan, juga tiada pernah luput untuk menyelipkan doa untuk anak-anaknya dalam setiap sujudnya. Teruntuk mamah tercinta, kupendarkan kagumku padamu untuk setiap tutur kata yang baik yang terucap dan tanpa pernah lelah menyemangati Ananda . Dan kepada Bapak, terimakasih atas nasehat-nasehat bijak yang kau berikan. Ke depan nya Ananda akan lebih baik lagi. Untuk itu, lantunan doamu sangat kuperlu dalam pandu jaalanku.

Mamah, Bapak, terimakasih sudah berjuang...



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Nestri Farassury, lahir di Cirebon pada tanggal 28 April 2002. Penulis adalah anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Sujono dan Ibu Sti Hajar. Alamat penulis berada di Jl.Sunan Gunung Jati Blok Pekauman RT.02 RW.01 Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon. Jenjang Pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah:

1. SDN 1 Astana Gunung Jati (2008-2014)
2. MTsN 1 Kota Cirebon (2014-2017)
3. SMAN 4 Kota Cirebon (2017-2020)

Penulis mengikuti program pendidikan S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan Mengambil judul skripsi **“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNSCREEN AZARINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”** dibawah bimbingan Bapak Refaldo Fanther, MBA., dan Bapak Achmad Otong Bustomi, Lc.,M.Ag.

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

QS Al Baqarah 286

“Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.”-Winston Churchill





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala anugerah, hikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING, CELEBRITY ENDORSEMENT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SUNSCREEN AZARINE* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON” dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang penulis miliki, namun penulis berharap skripsi ini berguna bagi pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan yang ada.

Penulisan skripsi ini juga melengkapai syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penulisan skripsi ini tidak sedikit kesulitan yang ditemui oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Achmad Otong Bustomi, Lc.,M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonommi syariah dan Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi..
5. Bapak Refaldo Father, MBA., selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.

6. Seluruh dosen program studi ekonomi syariah yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan
7. Orang tua tercinta yaitu Ibu Siti Hajar dan Bapak Sujono, kakak-kakak tercinta yaitu Abun Fajar Friyatno dan Hazizah Nurul Aeni, dan adik-adik tersayang yaitu Moh Grian Fatah dan Dhinan Ramadhan serta segenap keluarga besar yang telah memberikan doa dukungan, dan kasih sayang kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-temanku yaitu Risthi Dwi Oktaviani, Ines Dia Fasya, Nurghina Rahmatika, Yesi Gaselah dan Tiara Awalia Rahmah yang selalu memberi support dan dukungan selama kurang lebih 3,5 tahun bersama.
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah kelas E yang pernah menimba ilmu bersama selama kurang lebih 3,5 tahun.
10. Kepada semua pihak yang tidak penulis sebutkan satu persatu, saya sampaikan terima kasih dan semoga segala kebajikannya dapat mendapatkan balasan pahala dari Allah swt. Aamiin



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
المخلص .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
NOTA DINAS .....	v
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI .....	vi
LEMBAR PENGESAHAN .....	vii
KATA PERSEMBAHAN .....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	ix
MOTTO .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Pembatasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
F. Sistematika Penulisan .....	14



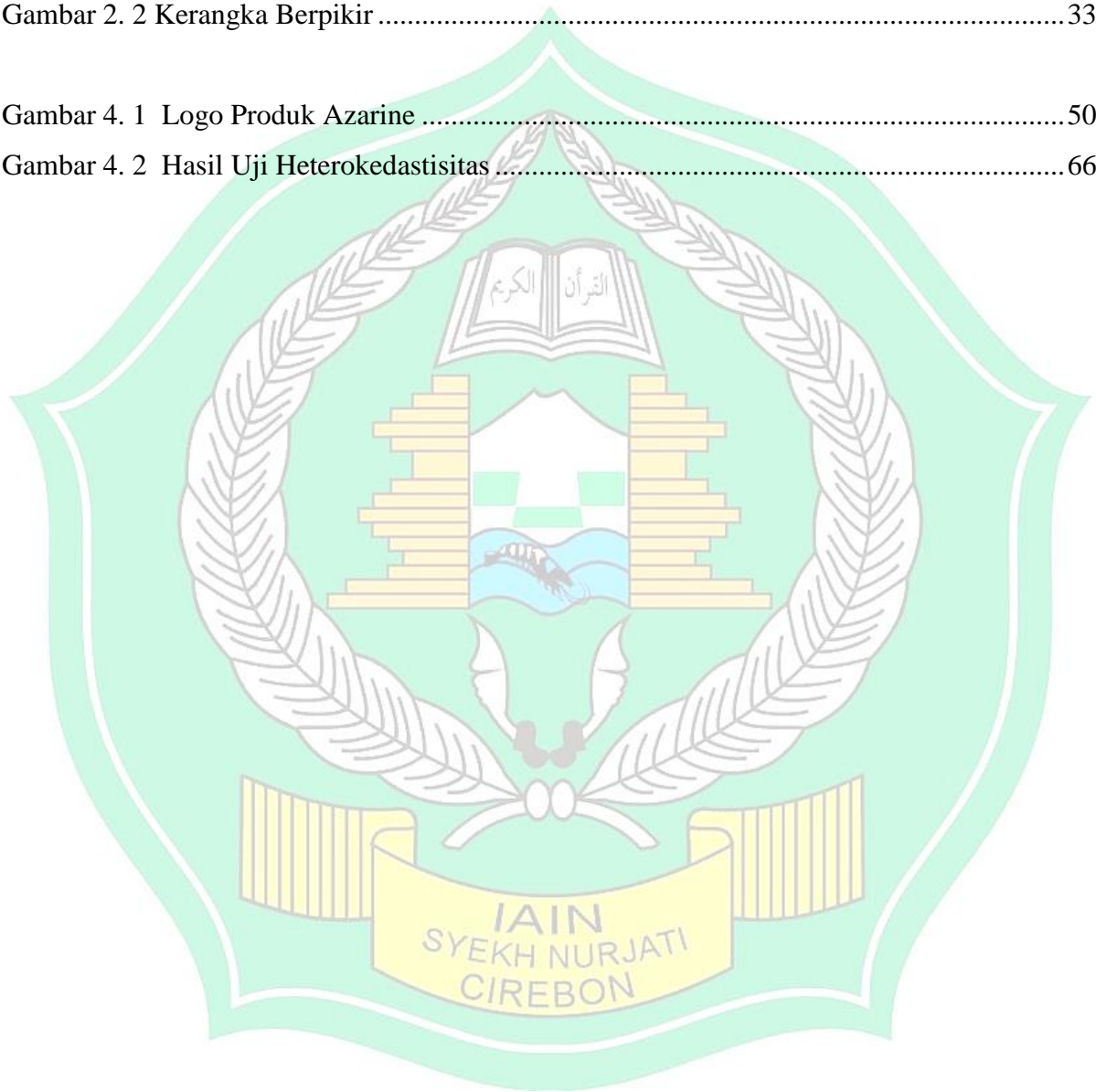
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
A. Landasan Teori.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	33
D. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis dan Metode Penelitian.....	38
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
D. Jenis Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Operasional Variabel Penelitian.....	42
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
B. Temuan Hasil Penelitian.....	53
C. Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research GAP Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	4
Tabel 1. 2 Research GAP Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian .....	5
Tabel 1. 3 Research GAP Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....	9
Tabel 1. 4 Data Pra-survey Peneliti 2023.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	42
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 3 Tabel Kriteria Reabilitas .....	45
Tabel 4. 1 Data Sampel Penelitian.....	54
Tabel 4. 2 Data Statistik Karakteristik Responden .....	54
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Social Media Marketing.....	55
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Celebrity Endorsement .....	56
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Brand Image.....	57
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Descriptif .....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing .....	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement .....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image .....	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reabilitas Variabel Social Media Marketing.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas Celebrity Endorsement .....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reabilitas Brand Image .....	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolonieritas .....	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji F .....	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji T .....	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Sunscreen Terlaris.....	10
Gambar 2. 1 Model Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4. 1 Logo Produk Azarine .....	50
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	66





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	85
Lampiran 2 Tabulasi jawaban kuesioner variabel Social Media Marketing .....	88
Lampiran 3 Tabulasi jawaban kuesioner variabel Celebrity Endorsement .....	91
Lampiran 4 Tabulasi jawaban kuesioner variabel Brand Image .....	94
Lampiran 5 Tabulasi jawaban kuesioner variabel Keputusan Pembelian .....	97
Lampiran 6 output SPSS Uji Validitas Variabel Social Media Marketig (X1) .....	101
Lampiran 7 output SPSS Uji Validitas Variabel Celebrity Endorsement (X2) .....	101
Lampiran 8 output SPSS Uji Validitas Variabel Brand Image (X3).....	102
Lampiran 9 output SPSS Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	103
Lampiran 10 output SPSS Uji Reabilitas Variabel Social Media Marketig (X1).....	103
Lampiran 11 output SPSS Uji Reabilitas Variabel Celebrity Endorsement (X2).....	103
Lampiran 12 output SPSS Uji Reabilitas Variabel Brand Image (X3) .....	104
Lampiran 13 output SPSS Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	104
Lampiran 14 output SPSS Uji Normalitas .....	104
Lampiran 15 output SPSS Uji Multikolinearitas.....	105
Lampiran 16 output SPSS Uji Heteroskedasitistas .....	105
Lampiran 17 output SPSS Uji Statistik F.....	105
Lampiran 18 output SPSS Uji Statistik T.....	106
Lampiran 19 output SPSS Uji Koefesien Determinasi .....	106
lampiran 20 SK Pembimbing Skripsi.....	107
lampiran 21 Turnitin.....	108