

**PENGARUH KEHANDALAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN  
DIGITAL PAYMENT DANA  
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program  
Sarjana Manajemen



Oleh:

**TRI WAHYU WULANDARI  
NPM. 18610142**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

**2022**



**PENGARUH KEHANDALAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN  
*DIGITAL PAYMENT* DANA  
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**TRI WAHYU WULANDARI  
NPM. 18610142**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

## ABSTRAK

Tri Wahyu Wulandari, 2021, Pengaruh Keandalan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana). Pembimbing (1) Ratmono<sup>2</sup>, S.E M.M, Fitriani<sup>2</sup> S.E., M.M.

Kata Kunci : keandalan, Brand Image, Dan Kepuasan konsumen

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah baik di bidang ekonomi dan sosial. Pada perkembangan teknologi saat ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru agar semua kegiatan manusia menjadi semakin efisien, aman, cepat dan nyaman, terutama pada bidang perekonomian dunia. Dompnet digital merupakan aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana). 2) Untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana). 4) Untuk mengetahui pengaruh keandalan, *brand image* terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana). Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan produk telkom Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 72 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keandalan terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana). 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand image* terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana). 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keandalan, brand image terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* (Dana).

## **ABSTRACT**

Tri Wahyu Wulandari, 2021, The Effect of Reliability and Brand Image on Consumer Satisfaction in the Use of Digital Payment (Funds). Supervisor (1) Ratmono<sup>2</sup>, S.E M.M, Fitriani<sup>2</sup> S.E., M.M.

Key Word : Reliability, Brand Image and Customer Satisfaction

The development of information and communication technology makes all human activities easier both in the economic and social fields. In today's technological developments, new innovations are needed so that all human activities become more efficient, safe, fast and comfortable, especially in the world economy. Digital wallets are electronic applications that can be used to pay for online transactions.

This study aims to determine 1) To determine the effect of reliability on Consumer Satisfaction in the Use of Digital Payments (Dana). 2) To determine the effect of brand image on Consumer Satisfaction in the Use of Digital Payments (Dana). 4) To determine the effect of reliability, brand image on Consumer Satisfaction in the Use of Digital Payments (Funds). The survey method was chosen as the primary data source. The survey method focuses on collecting data from respondents who have certain information, thus enabling researchers to solve problems. Data collection was carried out using a questionnaire or questionnaire instrument. In this study, the population is consumers who use Telkom products. The sampling technique uses accidental sampling with a total sample of 72 people. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale.

The results of the study show that 1) there is a positive and significant influence between reliability on Consumer Satisfaction in the Use of Digital Payments (Funds). 2) there is a positive and significant influence between brand image on consumer satisfaction in the use of digital payments (funds). 4) there is a positive and significant influence between reliability, brand image on consumer satisfaction in the use of digital payments (funds).



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO**



## **SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)**

Nomor: 2955/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**Nama** : TRI WAHYU WULANDARI  
**NPM** : 18610142  
**Jenis Dokumen** : SKRIPSI

### **JUDUL:**

**PENGARUH KEHANDALAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DANA (STUDI PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO)**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 24 Agustus 2022  
Kepala Unit,

**Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.**  
NIDN. 0203128801

### Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,  
Lampung, Indonesia

**Website:** [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
**E-mail:** [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEHANDALAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DANA  
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

**TRI WAHYU WULANDARI  
NPM :18610142**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

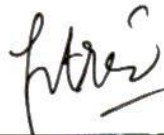
Hari : Kamis  
Tanggal : 18 Agustus 2022  
Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM metro

Tim Penguji,



Ratmono, S.E., M.M.  
NIDN. 022007601

Ketua Penguji



Fitriani, S.E., M.M.  
NIDN. 0206068604

Sekretaris



H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Mengetahui,  
Dekan,



H. Suwanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801

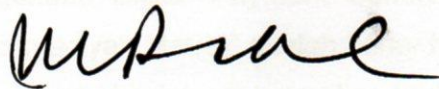
**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH KEHANDALAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DANA  
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

**TRI WAHYU WULANDARI  
NPM :18610142**

**Metro,**

**Dosen Pembimbing I**



**Ratmono, S.E., M.M.  
NIDN. 022007601**

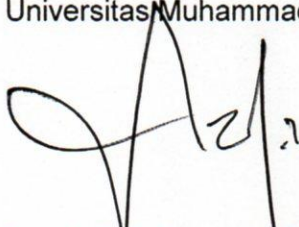
**Dosen Pembimbing II**



**Fitriani, S.E., M.M.  
NIDN. 0206068604**

**Mengetahui :**

**Ketua Progam Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Metro**



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.  
NIDN. 0223027901**



## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Wahyu Wulandari  
Npm : 18610142  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul “Pengaruh Kehandalan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Digital Payment Dana(Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Muhammadiyah Metro)” adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi ini, maka saya bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun.

Metro, 25 Agustus 2022



Tri Wahyu Wulandari  
NPM. 18610142

## MOTTO

“ Dan Bertawakkallah Kepada Allah. Dan Cukuplah Allah Sebagai Pemelihara.”

(Q.S Al-Ahzab: 3)

“Bila Kamu Mengabaikan Restu Orang Tuamu Pasti Kamu Tak Akan Bahagia  
Walau Mungkin Mimpimu Terwujud”

(Merry Riana)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu (Bapak Susi Yadi dan Ibu Tri Dwi Yati (Alm.) tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tak henti-henti memberikan dukungan, serta senantiasa berdo'a untuk keberhasilan serta segala yang terbaik untuk penulis, terimakasih atas segala doa kalian yang tulus, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
2. kakak tersayang (Eko budiawan, Marisa Fitri, Dwi Adi Saputra dan Nur Imama), yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
3. Adik tersayang (Kanza, Muhammad Zildan Dan Shanum), yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Para rekan-rekan seperjuangan khususnya kelas Manajemen angkatan 2018 yang telah menjadi bagian dari cerita dalam perjalanan kuliahku.
5. Teman-teman fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2018.
6. Serta Almamater kebanggan Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal ini tanpa suatu halangan apapun, dengan judul skripsi "**Pengaruh Keandalan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* Dana. (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan Skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan.
4. Ratmono, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sebagai pembimbing I yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya skripsi ini
5. Fitiriani, S.E., M.M. sebagai pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya proposal ini
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga serta pengalaman

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

## RINGKASAN

Tri Wahyu Wulandari, 2022, Pengaruh Keandalan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* Dana. Pembimbing (1) Ratmono<sup>2</sup>, S.E M.M, Fitriani<sup>2</sup> S.E., M.M.

Kata Kunci : keandalan, Brand Image, Dan Kepuasan konsumen

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah baik di bidang ekonomi dan sosial. Pada perkembangan teknologi saat ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru agar semua kegiatan manusia menjadi semakin efisien, aman, cepat dan nyaman, terutama pada bidang perekonomian dunia. Dompot digital merupakan aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara online.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Keandalan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* Dana.

Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan produk telkom Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 72 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan hasil pengujian hipotesis *keandalan, brand image* menunjukkan nilai  $f_{hitung} = 93,939$  dengan  $f_{tabel}$  sebesar 3,31 Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka koefisien  $\beta$  signifikan atau dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti 73,1% variasi dari variabel Y di jelaskan oleh variasi dari (*keandalan, brand image*). Sedangkan sisanya ( $100\% - 73,1\% = 26,9\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel (*keandalan, brand image*), yang artinya variabel X (*keandalan, brand image*) mempunyai kontribusi yang cukup kuat sebesar 73,1% terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN COVER .....                              | i       |
| HALAMAN LOGO .....                               | ii      |
| HALAMAN JUDUL .....                              | iii     |
| ABSTRAK .....                                    | iv      |
| SERTIFIKAT PLAGIAT .....                         | vi      |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                         | vii     |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                        | viii    |
| SURAT PERNYATAAN .....                           | ix      |
| MOTTO HIDUP .....                                | x       |
| PERSEMBAHAN .....                                | xi      |
| KATA PENGANTAR .....                             | xii     |
| RINGKASAN .....                                  | xiii    |
| DAFTAR ISI .....                                 | xiv     |
| DAFTAR TABEL .....                               | xvii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                              | xviii   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xix     |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>                     |         |
| A. Latar Belakang Penelitian .....               | 1       |
| B. Identifikasi Dan Rumusan Masalah.....         | 6       |
| 1. Identifikasi Masalah .....                    | 6       |
| 2. Rumusan Masalah.....                          | 6       |
| C. Tujuan Penelitian .....                       | 7       |
| D. Kegunaan Penelitian .....                     | 7       |
| E. Sistematika Penulisan .....                   | 8       |
| <br><b>BAB II Kajian Literatur</b>               |         |
| A. Deskripsi Teori.....                          | 9       |
| 1. Pengertian Pemasaran.....                     | 9       |
| 2. Pengertian Keandalan ( $X_1$ ).....           | 10      |
| 3. Pengertian <i>Brand Image</i> ( $X_2$ ) ..... | 12      |
| 4. Pengertian Kepuasan Konsumen (Y). .....       | 15      |
| B. Hasil Penelitian Relevan .....                | 20      |
| C. Kerangka Pemikiran .....                      | 22      |

|   |    |
|---|----|
| D. Hipotesis Penelitian .....             | 22 |
| <b>BAB III Metodologi Penelitian</b>      |    |
| A. Jenis Penelitian.....                  | 25 |
| B. Objek Dan Lokasi Penelitian .....      | 25 |
| C. Metode Penelitian .....                | 25 |
| 1. Operasional Variabel .....             | 25 |
| D. Populasi Dan Sampel .....              | 25 |
| 1. Populasi .....                         | 25 |
| 2. Sampel .....                           | 27 |
| E. Sumber Data.....                       | 28 |
| 1. Sumber Data Primer .....               | 28 |
| 2. Sumber Data Sekunder .....             | 28 |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....          | 29 |
| 1. Dokumentasi.....                       | 29 |
| 2. Observasi.....                         | 29 |
| 3. Wawancara.....                         | 29 |
| 4. Quisioner.....                         | 29 |
| 5. Kepustakaan.....                       | 29 |
| G. Teknik Analisis Data .....             | 30 |
| 1. Pengujian Persyaratan Instrumen .....  | 30 |
| a. Uji Validitas .....                    | 30 |
| b. Uji Reliabilitas .....                 | 31 |
| 2. Pengujian Persyaratan Analisis .....   | 31 |
| a. Uji Normalitas .....                   | 31 |
| b. Uji Linearitas .....                   | 31 |
| c. Uji Homogenitas .....                  | 32 |
| 3. Model Analisis.....                    | 32 |
| a. Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 32 |
| b. Uji T.....                             | 32 |
| c. Uji F.....                             | 33 |
| d. Uji R <sup>2</sup> Determinasi .....   | 34 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>        |    |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 35 |
| 1. Sejarah singkat perusahaan.....        | 35 |
| 2. Struktur organisasi.....               | 36 |

|   |    |
|---|----|
| 3. Tugas pokok .....                            | 37 |
| B. Hasil Penelitian .....                       | 41 |
| 1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....         | 41 |
| a. Uji validitas .....                          | 41 |
| b. Uji reliabilitas .....                       | 46 |
| 2. Frekuensi data kuisioner .....               | 47 |
| 3. Pengujian Persyaratan Analisis .....         | 52 |
| a. Uji Normalitas .....                         | 52 |
| b. Uji Lineritas.....                           | 52 |
| c. Uji homogenitas.....                         | 54 |
| 4. Uji Persamaan .....                          | 54 |
| a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....   | 54 |
| b. Uji Parsial (Uji T) .....                    | 55 |
| c. Uji Signifikasi (Uji F) .....                | 56 |
| d. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) ..... | 57 |
| e. Hipotesis Statistik .....                    | 58 |
| C. Pembahasan.....                              | 60 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 62 |
| B. Saran .....      | 62 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1 Hasil Penelitian Relevan.....                   | 20 |
| Tabel 2 Definisi Operasional Variabel .....             | 27 |
| Tabel 3 Jawaban Skala Likert.....                       | 29 |
| Tabel 4 validitas ( $X_1$ ) .....                       | 41 |
| Tabel 5 rekapitulasi ( $X_1$ ) .....                    | 42 |
| Tabel 6 validitas ( $X_2$ ) .....                       | 43 |
| Tabel 7 rekapitulasi ( $X_2$ ) .....                    | 43 |
| Tabel 8 validitas (Y) .....                             | 44 |
| Tabel 9 rekapitulasi Y .....                            | 44 |
| Tabel 10 Reliabilitas ( $X_1$ ).....                    | 46 |
| Tabel 11 Reliabilitas ( $X_2$ ).....                    | 46 |
| Tabel 12 Reliabilitas (Y).....                          | 46 |
| Tabel 15 distribusi frekuensi data ( $x_1$ ).....       | 47 |
| Tabel 16 distribusi frekuensi data ( $x_2$ ).....       | 49 |
| Tabel 17 distribusi frekuensi data Y .....              | 51 |
| Tabel 18 Hasil uji normalitas.....                      | 52 |
| Tabel 19 Hasil uji linieritas $x_1$ dan $y$ .....       | 52 |
| Tabel 20 Hasil Uji Linearitas $x_2$ dan $y$ .....       | 53 |
| Tabel 21 uji homogenitas $x_1$ dan $y$ .....            | 54 |
| Tabel 22 uji homogenitas $x_2$ dan $y$ .....            | 54 |
| Tabel 23 Uji Regresi Linear Berganda .....              | 55 |
| Tabel 24 Uji T .....                                    | 56 |
| Tabel 25 Hasil Pengujian bersama-sama (Uji F) .....     | 57 |
| Tabel 26 Hasil Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ) ..... | 57 |
| Tabel 27 Hasil Uji Hipotesis $x_1$ dan $y$ .....        | 58 |
| Tabel 28 Uji Hipotesis $x_2$ dan $y$ .....              | 58 |
| Tabel 24 Uji Hipotesis $x_1$ , $x_2$ , dan $y$ .....    | 59 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1 Data Pengguna Aplikasi DANA .....   | 3  |
| Gambar 2 Kerangka Pemikiran .....            | 22 |
| Gambar 3 Histogram Skor Variabel $x_1$ ..... | 49 |
| Gambar 4 Histogram Skor Variabel $x_2$ ..... | 50 |
| Gambar 6 Histogram Skor Variabel $y$ .....   | 51 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner.....                       | 65  |
| Lampiran 2. Tabulasi Skor Hasil Kuesioner .....  | 72  |
| Lampiran 3. Uji Validitas dan reliabilitas ..... | 85  |
| Lampiran 4. Persyaratan analisis .....           | 90  |
| Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda.....     | 92  |
| Lampiran 6 Uji hipotesis statistik .....         | 94  |
| Lampiran 7 Tabel r .....                         | 95  |
| Lampiran 8 Tabel t .....                         | 96  |
| Lampiran 9 Tabel f .....                         | 98  |
| Lampiran 10 Tabel lineritas.....                 | 100 |