

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PENGGUNA SHOPEE**

(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro
Angkatan 2019)

SKRIPSI



OLEH :

DEVITA FEBRIANTI

NPM : 19610153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PENGGUNA SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro
Angkatan 2019)**

SKRIPSI

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Skripsi**

Oleh :

**DEVITA FEBRIANTI
NPM. 19610153**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**

ABSTRAK

Devita Febrianti. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan *Word of Mouth* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2019). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suryadi, S.E.,M.M. Pembimbing (II) H. Suwanto, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mengukur variabel kualitas layanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan dengan menggunakan kuisisioner tertutup. Skala penskoran kuisisioner pada masing-masing variabel adalah 1-5 sehingga secara teroris rentang skor yang diperoleh responden berada antara 20-100. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada sampel sebanyak 50 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (path) dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 25.0. hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara langsung antara kualitas layanan terhadap *word of mouth* pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kemudahan penggunaan terhadap *word of mouth* pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kepercayaan terhadap *word of mouth* pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung *word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Devita Febrianti. 2023. The Effect of Service Quality, Ease of Use, and Trust on Purchase Decisions with Word of Mouth as an Intervening Variable on Shopee Users (Study on Management Students of Muhammadiyah Metro University Class of 2019). Thesis Muhammadiyah Metro University. Advisor (I) H. Suryadi, S.E.,M.M. Supervisor (II) H. Suwanto, S.E.,M.M.

This study aims to determine the direct effect between service quality, ease of use, and trust in purchasing decisions with word of mouth as an intervening variable. This research is a quantitative research by measuring the variables of service quality, ease of use and trust by using a closed questionnaire. The questionnaire scoring scale for each variable is 1-5 so that the range of scores obtained by respondents is between 20-100. Data collection was carried out by distributing questionnaires to a sample of 50 respondents. Data analysis in this study used path analysis with the help of the SPSS Version 25.0 application. The results of study show that there is a direct influence between service quality and word of mouth for shopee users. There is a direct effect of ease of use on word of mouth for shopee users. There is a direct effect of trust in word of mouth on shopee users. There is a direct effect of service quality on purchasing decisions for shopee users. There is a direct effect of ease of use on purchasing decisions for shopee users. There is a direct influence of trust in purchasing decisions for shopee users. There is a direct influence of word of mouth on purchasing decisions for shopee users.

Keyword: Quality of Service, Ease of Use, Trust, Word of Mouth, Purchasing decisions

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PENGGUNA SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro
Angkatan 2019)**

DEVITA FEBRIANTI
19610153

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I



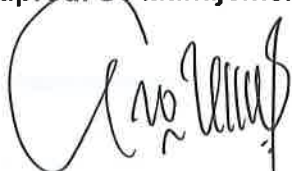
H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Dosen Pembimbing II



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

Mengetahui
Kaprodi S1 Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
***WORD OF MOUTH* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
PADA PENGGUNA SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro
Angkatan 2019)

DEVITA FEBRIANTI
NPM: 19610153

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Agustus 2023

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji

H. Suryadi, S.E., M.M.

NIDN. 02291159

Ketua Penguji

H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

Sekretaris

Ratmono, S.E., M.M.

NIDN. 0220076001

Penguji

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

HALAMAN MOTTO

Gagal itu makanan sehari-hari, itu biasa, yang penting bagaimana kamu menyikapinya, Evaluasi. Bangkit. Gagal lagi? Bangkit lagi!

-Chairul Tanjung

Gantungkan cita-citamu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang-bintang

-Soekarno

Bangun dan wujudkan mimpimu atau orang lain akan memperkerjakanmu untuk membangun mimpi mereka

-Devita Febrianti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar besarnya kepada Allah SWT. Saya mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya (Suyanto dan Sunarti) Orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semua do'a dan dukungan ayah dan ibu saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu agar selalu ada dalam setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
2. Untuk kakakku Siti Nur Rani S,Si yang telah menjadi penyemangat dan bagian besar dalam hidup ini. Terimakasih sudah menjadi saudara terbaik yang selalu menemani penulis dalam meneliti pahitnya kehidupan hingga diusia sekarang..
3. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan *Word of Mouth* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Shopee “ (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro). Adapun penulisan dari skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk bisa menempuh ujian sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Dr. Nyoto Suseno M.Si, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan sSelaku Pembimbing II yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan kritik dan saran sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini
3. Ibu Nani Septiana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. H. Suryadi, S.E., M.M. Selaku Pembimbing I yang telah sangat berjasa terhadap penulis, dari segi waktu, tenaga, semangat, ilmu, dan motivasi serta memberikan arahan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Serta seluruh tenaga usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas-berkas selama perkuliahan.
6. Seluruh Dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat dan dukungan yang penulis peroleh selama menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro
7. Orangtua penulis yang telah memberikan doa, dukungan baik dalam motivasi atau secara materi, dan selalu mengingatkan penulis untuk bijak menggunakan uang serta mengingatkan akan kesehatan penulis.
8. Kakak yang telah banyak mendukung penulis selama pengerjaan Proposal skripsi dan selalu meluangkan waktu untuk memberi semangat dalam pengerjaan Proposal skripsi.

9. Teman seperjuangan kuliah penulis yang telah mendukung penulis untuk semangat dan yakin dalam penyusunan Proposal skripsi.
10. Teman-teman yang tidak bisa penulis ucapkan yang telah mendukung dan doa yang telah diberikan.

Semoga semua amal dan kebaikan mereka dicatat sebagai amalan terbaik oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun. Semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini bisa bermanfaat semua pihak.

Metro, 16 Agustus 2023



Devita Febrianti

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devita Febrianti

NPM : 19610153

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas layanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Word of Mouth* Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2019”**) adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan tidak merupakan plagiat karya orang lain, merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program S1 pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudin hari pertanyaan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas.

Metro, 16 Agustus 2023



Devita Febrianti
NPM. 19610153



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 493/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : DEVITA FEBRIANTI
NPM : 19610153
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNAAN SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO ANGKATAN 2019)

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, 07 September 2023

Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Alamat:

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

Website: www.upi.ummetro.ac.id

E-mail: help@upi.ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN LOGO | ii |
| HALAMAN JUDUL..... | iii |
| ABSTRAK..... | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| HALAMAN PERSETUJUAN | vi |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | vii |
| HALAMAN MOTTO | viii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | xii |
| SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN(Similarity Check) | xiii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xx |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 10 |
| C. Rumusan Masalah | 11 |
| D. Tujuan Penelitian | 11 |
| E. Manfaat Penelitian..... | 12 |
| F. Sistematika Penulisan | 12 |
| BAB II KAJIAN LITERATUR | 14 |
| A. Kajian Literatur | 14 |
| 1. Bisnis | 14 |
| 2. Kualitas Layanan..... | 14 |
| 3. Kemudahan Penggunaan..... | 17 |
| 4. Kepercayaan | 18 |
| 5. Keputusan Pembelian | 19 |
| 6. Word of Mouth | 23 |
| B. Penelitian Relevan | 25 |

| | |
|--|-----------|
| C. Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| D. Hipotesis Penelitian | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Desain Penelitian | 32 |
| B. Objek dan Lokasi Penelitian | 32 |
| C. Operasional Variabel..... | 32 |
| a. Variabel Bebas / Eksogen Variabel | 32 |
| b. Variabel Terikat / Dependensi..... | 34 |
| c. Variabel Intervening..... | 34 |
| D. Teknik Sampling..... | 35 |
| a. Populasi | 35 |
| b. Sampel..... | 35 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| F. Instrumen Penelitian..... | 37 |
| G. Teknik Analisa Data | 37 |
| 1. Pengujian Persyaratan Instrumen | 37 |
| a. Uji Validitas..... | 37 |
| b. Uji Reabilitas..... | 38 |
| 2. Teknik Analisa Data | 38 |
| a. Uji Normalitas | 38 |
| b. Uji Linearitas dan Keberartian Regresi | 39 |
| c. Uji Homogenitas..... | 39 |
| 3. Persyaratan Hipotesis | 39 |
| a. Analisis Jalur(Path Analysis)..... | 40 |
| b. Hipotesis Statistik | 40 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 43 |
| 1. Sejarah Shopee.id..... | 43 |
| 2. Struktur Organisasi Shopee | 43 |
| 3. Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi Shopee..... | 44 |
| 4. Visi dan Misi Shopee..... | 44 |
| a. Visi shopee | 44 |
| b. Misi Shopee | 44 |
| B. Hasil Penelitian..... | 44 |
| 1. Pengujian Persyaratan Instrumen..... | 44 |

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| 2. Distribusi Frekuensi Data..... | 48 |
| 3. Teknik Analisis Data | 55 |
| 4. Persyaratan Hipotesis | 64 |
| 5. Hipotesis Statistik..... | 69 |
| C. Pembahasan..... | 73 |
| BAB V. PENUTUP | 76 |
| A. Kesimpulan | 76 |
| B. Saran | 76 |
| DAFTAR LITERATUR..... | 78 |
| LAMPIRAN KUISIONER | 81 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Hasil Pra-Survey mengenai Kualitas Layanan Shopee terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Manajemen 2019 Universitas Muhammadiyah Metro | 4 |
| Tabel 2. Hasil Pra-Survey mengenai Kemudahan Penggunaan Shopee terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Manajemen 2019 Universitas Muhammadiyah Metro..... | 5 |
| Tabel 3. Hasil Pra-Survey mengenai Kepercayaan Shopee terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Manajemen 2019 Universitas Muhammadiyah Metro | 6 |
| Tabel 4. Hasil Pra-Survey mengenai Keputusan pembelian Shopee pada Mahasiswa Manajemen 2019 Universitas Muhammadiyah Metro . | 7 |
| Tabel 5. Hasil Pra-Survey mengenai Word of Mouth terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Manajemen 2019 Universitas Muhammadiyah Metro | 8 |
| Tabel 6. Penelitian Relevan..... | 25 |
| Tabel 7. Kisi-Kisi Kuesioner | 36 |
| Tabel 8. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner | 37 |
| Tabel 9. Uji Reabilitas Angket Kualitas Layanan..... | 46 |
| Tabel 10. Uji Reabilitas Angket Kemudahan Penggunaan..... | 47 |
| Tabel 11. Uji Reabilitas Angket Kepercayaan..... | 47 |
| Tabel 12. Uji Reabilitas Angket Keputusan Pembelian | 47 |
| Tabel 13. Uji Reabilitas Angket <i>Word of Mouth</i> | 48 |
| Tabel 14. Distribusi Frekuensi Data Kualitas Layanan..... | 49 |
| Tabel 15. Distribusi Frekuensi Data Kemudahan Penggunaan | 50 |
| Tabel 16. Distribusi Frekuensi Data Kepercayaan | 52 |
| Tabel 17. Distribusi Frekuensi Data Keputusan Pembelian | 53 |
| Tabel 18. Distribusi Frekuensi Data <i>Word of Mouth</i> | 55 |
| Tabel 19. Hasil Pengujian Normalitas (ξ_1) terhadap (η_2) | 56 |
| Tabel 20. Hasil Pengujian Normalitas (ξ_2) Terhadap (η_2) | 57 |
| Tabel 21. Hasil Pengujian Normalitas (ξ_3) Terhadap (η_2) | 58 |
| Tabel 22. Hasil Pengujian Normalitas (η_1) Terhadap (η_2)..... | 59 |
| Tabel 23. Linieritas (ξ_1) atas (η_2) | 61 |
| Tabel 24. Linieritas (ξ_2) atas (η_2)..... | 61 |

| | |
|---|----|
| Tabel 25. Linieritas (ξ_3) atas (η_2)..... | 62 |
| Tabel 26. Linearitas (η_1) atas (η_2) | 63 |
| Tabel 27. Hasil uji homogenitas..... | 63 |
| Tabel 28. Coeficients Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| Tabel 29. Model Sumarry Sub Struktural 1 | 65 |
| Tabel 30. Coeficients Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap word of mouth | 66 |
| Tabel 31. Model Sumarry Sub Struktural 2 | 67 |
| Tabel 32. Hasil coefficient η_1 dan η_2 | 68 |
| Tabel 33. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Layanan dengan word of mouth..... | 69 |
| Tabel 34. Hasil Uji Hipotesis Kemudahan Penggunaan dengan word of mouth | 70 |
| Tabel 35. Hasil Uji Hipotesis Kepercayaan dengan <i>Word of Mouth</i> | 70 |
| Tabel 36. Hasil Uji Hipotesis kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian..... | 71 |
| Tabel 37. Hasil uji hipotesis kemudahan penggunaan dengan keputusan pembelian | 71 |
| Tabel 38. Hasil Uji hipotesis Kepercayaan dengan keputusan pembelian | 72 |
| Tabel 39. Hasil Uji Hipotesis Word of Mouth dengan Keputusan pembelian . | 72 |
| Tabel 40. Ringkasan Hasil Analisis Jalur | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Platform Data Pengguna E-Commerce Shopee | 3 |
| Gambar 2. Kerangka Pemikiran | 30 |
| Gambar 3. Histogram Variabel Kualitas Layanan..... | 49 |
| Gambar 4. Histogram Variabel Kemudahan Penggunaan..... | 51 |
| Gambar 5. Histogram Variabel Kepercayaan | 52 |
| Gambar 6. Histogram Variabel Keputusan Pembelian | 54 |
| Gambar 7. Histogram Variabel <i>Word of Mouth</i> | 55 |
| Gambar 8. Diagram P Plot Variabel Kualitas Layanan | 57 |
| Gambar 9. Diagram P Plot Variabel Kemudahan Penggunaan | 58 |
| Gambar 10. Diagram P Plot Variabel Kepercayaan | 59 |
| Gambar 11. Diagram P Plot Variabel Word of Mouth | 60 |
| Gambar 12. Sub Struktural 1 | 66 |
| Gambar 13. Sub Struktural 2 | 68 |
| Gambar 14. Diagram Mode Struktural..... | 69 |

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| 1. Lampiran Kuisisioner | 81 |
| 2. Lampiran Hasil Kuisisioner Penelitian | 95 |
| 3. Lampiran Uji Validitas..... | 105 |
| 4. Lampiran Uji Reliabilitas | 115 |
| 5. Lampiran Uji Normalitas | 116 |
| 6. Lampiran Uji Linearitas..... | 120 |
| 7. Lampiran Uji Homogenitas | 122 |
| 8. Lampiran R table..... | 124 |
| 9. Lampiran T table | 129 |
| 10. Lampiran F Tabel..... | 132 |