

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN
PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE**

SKRIPSI



**OLEH
RATNA APRILIA
NPM. 16610069**

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

2020





UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 965/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : RATNA APRILIA
NPM : 16610069
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE

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

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 28 Februari 2020

Kepala Unit,
**Unit
Publikasi
Ilmiah
UM METRO**

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: upi.ummetro@gmail.com

**PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN
PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro**

**OLEH
RATNA APRILIA
NPM. 16610069**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020**

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE

Ratna Aprilia
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
E-mail: ratnaaprilia28@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan adalah 1) untuk mengetahui pengaruh orientasi belanja terhadap belanja produk *online*. 2) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan *online* terhadap belanja produk *online*. 3) Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pembelian terhadap belanja produk *online*. 4) Untuk mengetahui pengaruh orientasi belanja, kepercayaan *online* dan pengalaman pembelian terhadap belanja produk *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen 2016 di Universitas Muhammadiyah Metro. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 118 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji f. Hasil penelitian untuk persamaan regresi linier berganda diperoleh $Y = 50,706 + 0,190 X_1 + 0,174 X_2 + 0,236 X_3$. Berdasarkan hasil uji t, hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka secara parsial kepercayaan online (X_2), dan pengalaman pembelian (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap berbelanja online (Y). Hasil uji simultan menunjukkan bahwa orientasi belanja (X_1), kepercayaan online (X_2), dan pengalaman pembelian (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap belanja online (Y).

Kata Kunci: *orientasi belanja, kepercayaan online, pengalaman pembelian, belanja produk online*

**THE EFFECT OF SHOPPING ORIENTATION, ONLINE TRUST AND
PURCHASE EXPERIENCE OF ONLINE PRODUCT SHOPPING**

Ratna Aprilia
16610069
Management Department
Economics and Business Faculty, Muhammadiyah University of Metro
E-mail: ratnaaprilias28@gmail.com

ABSTRACT

The purposes of the research are 1) to determine the effect of shopping orientation on online product shopping. 2) to determine the effect of online trust on online product shopping. 3) to determine the effect of the purchasing experience on online product shopping. 4) to determine the effect of shopping orientation, online trust and purchasing experience on online product shopping. The population in this study was the Economics and Business Faculty, Management Department 2016 at Muhammadiyah University of Metro. The sample used in this study was 118 respondents. The data obtained were analyzed by using multiple linear regression equations, coefficient of determination, t-test, and f-test. The results of the study for multiple linear regression equations obtained $Y = 50,706 + 0,190 X_1 + 0,174 X_2 + 0,236 X_3$. Based on the results of the t-test, the null hypothesis (H_0) is accepted and the alternative hypothesis (H_a) is rejected where $t > t\text{-table}$. So, partially, online trust (X_2), and purchasing experience (X_3) have a significant influence on online shopping (Y). Simultaneous, test results show that shopping orientation (X_1), online trust (X_2), and purchasing experience (X_3) together have a significantly positive effect on online shopping (Y).

Keywords: *shopping orientation, online trust, purchasing experience, online product shopping*

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

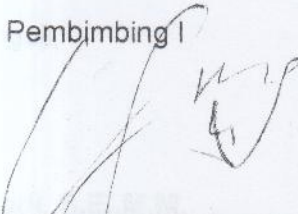
PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN
PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE

Disusun oleh:

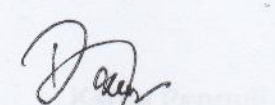
RATNA APRILIA
NPM. 16610069


Telah Disetujui Oleh:

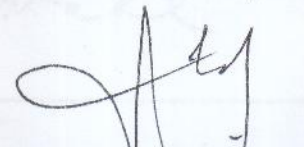
Pembimbing I


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

Pembimbing II


Yateng, S.E., M.M.
NIDN.0225046502


Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro


Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN
PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE

RATNA APRILIA
NPM. 16610069

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

Hari : Selasa
Tanggal : 31 Maret 2020
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

Tim Penguji,

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


Ketua Penguji

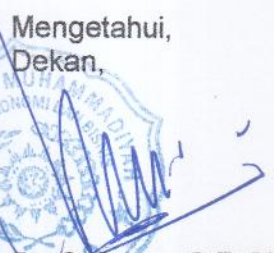
Yateno, S.E., M.M.
NIDN. 0225046502


Sekretaris

Ratmono, S.E.,M.M.
NIDN. 0220076001


Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan,


Dr. Suharto, S.E.,M.M.
NIDN. 0228035801

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RATNA APRILIA
NPM : 16610069
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Terhadap Belanja Produk Online" 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, Senin 27 April 2020



RATNA APRILIA

NPM. 16610069

MOTTO

Hidup adalah pelajaran tentang kerendahan hati

~~~Penulis~~~

*Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.*

~~~ Andrew Jackson ~~~

Rasa sakit membuat Anda berpikir. Pikiran membuat Anda bijaksana.

Kebijaksanaan membuat kita bisa bertahan dalam hidup

~~~ John Patrick ~~~

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya dan ucapan *Alhamdulillahirobbil'amin*, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Suparlan dan Ibu Nur Hayati yang telah mengasuh, membimbing, mendidik dan membesarkanku serta senantiasa mendo'akan ku demi keberhasilanku.
2. Orang yang istimewa Chandra Dera Binanda, S.H., yang telah sabar mendampingi dan memberikan motivasi demi keberhasilanku.
3. Teman terbaikku Sandra Putri Oktaviani yang selalu menemani dalam perjuanganku.
4. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Angkatan 2016.
5. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan inayah-Nya serta memberikan kekuatan dan kesabaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE DAN PENGALAMAN PEMBELIAN TERHADAP BELANJA PRODUK ONLINE”**. Penelitian ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya tanpa mengecilkan arti bantuan dan partisipasi pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Bapak Dr. Suharto, S.E.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Bapak Ratmono, S.E.,M.M., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Bapak Febriyanto, S.E.,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Bapak H. Suryadi, S.E.,M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat kepada peneliti
6. Bapak Yateno, S.E.,M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
8. Seluruh Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
10. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.

Peneliti menyadari dalam penusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Metro, Senin 27 April 2020

Peneliti,



Ratna Aprilia

NPM. 16610069

## DAFTAR ISI

|                                                                              |             |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL .....</b>                                                  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN LOGO .....</b>                                                    | <b>ii</b>   |
| <b>SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....</b>          | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                                                    | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                         | <b>vi</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>                                    | <b>vii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....</b>                                      | <b>viii</b> |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>                                  | <b>ix</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>                                                           | <b>x</b>    |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>                                                      | <b>xi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                      | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                    | <b>xvii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                   | <b>xix</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                 | <b>xx</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                                     |             |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                               | 1           |
| B. Identifikasi Masalah.....                                                 | 5           |
| C. Rumusan Masalah .....                                                     | 5           |
| D. Tujuan Penelitian .....                                                   | 5           |
| E. Kegunaan Penelitian .....                                                 | 6           |
| F. Sistematika Pembahasan.....                                               | 6           |
| <b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b>                                               |             |
| A. Orientasi Belanja.....                                                    | 8           |
| B. Kepercayaan Online.....                                                   | 9           |
| C. Pengalaman Pembelian .....                                                | 11          |
| D. Berbelanja Produk Online .....                                            | 14          |
| 1. Jual Beli Online .....                                                    | 14          |
| 2. Karakteristik Online Shop .....                                           | 17          |
| 3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumer Berbelanja<br><i>Online</i> ..... | 17          |
| E. Hasil Penelitian yang Relevan.....                                        | 20          |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| F. Kerangka Pemikiran .....                  | 23 |
| G. Paradigma Penelitian .....                | 23 |
| H. Hipotesa Penelitian .....                 | 24 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>             |    |
| A. Jenis Penelitian .....                    | 25 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian .....         | 25 |
| C. Metode Penelitian .....                   | 25 |
| D. Operasional Variabel.....                 | 25 |
| 1. Definisi Konseptual .....                 | 25 |
| 2. Definisi Operasional.....                 | 27 |
| E. Instrumen Penelitian .....                | 28 |
| F. Populasi dan Sampel Penelitian .....      | 29 |
| 1. Populasi .....                            | 29 |
| 2. Sampel.....                               | 29 |
| G. Teknik Pengumpulan Data .....             | 30 |
| H. Uji Instrumen Penelitian .....            | 30 |
| 1. Uji Validitas .....                       | 31 |
| 2. Uji Relibilitas.....                      | 31 |
| I. Uji Prasyarat Analisis .....              | 32 |
| 1. Uji Normalitas Data .....                 | 32 |
| 2. Uji Linearitas .....                      | 32 |
| 3. Uji Homogenitas.....                      | 32 |
| J. Pengujian Hipotesis .....                 | 33 |
| 1. Analisis Regresi Linier Berganda.....     | 33 |
| 2. Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....      | 33 |
| 3. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....     | 34 |
| 4. Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 34 |
| 5. Uji Hipotesis Statistik.....              | 35 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>           |    |
| A. Gambaran Umum Online Shop .....           | 37 |
| 1. Lazada .....                              | 37 |
| 2. Tokopedia .....                           | 38 |
| 3. Shopee.....                               | 39 |
| 4. Bukalapak .....                           | 41 |
| 5. OLX.....                                  | 42 |

|                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 6. Bibli                                                                                                   | 43 |
| B. Hasil Penelitian                                                                                        | 44 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas                                                                          | 44 |
| 2. Deskripsi Karakteristik Responden                                                                       | 45 |
| 3. Uji Persyaratan Analisis                                                                                | 47 |
| a. Hasil Uji Normalitas                                                                                    | 47 |
| b. Hasil Uji Linieritas                                                                                    | 51 |
| c. Uji Homogenitas                                                                                         | 53 |
| 4. Deskripsi Data Hasil Kuesioner                                                                          | 54 |
| a. Variabel Orientasi Belanja (X1)                                                                         | 54 |
| b. Variabel Kepercayaan Online (X2)                                                                        | 55 |
| c. Variabel Pengalaman Pembelian (X3)                                                                      | 56 |
| d. Variabel Berbelanja Online (Y)                                                                          | 57 |
| 5. Hasil Uji Hipotesis                                                                                     | 58 |
| a. Analisis Regresi Linier Berganda                                                                        | 59 |
| b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)                                                                          | 60 |
| c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)                                                                         | 61 |
| d. Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ )                                                                     | 62 |
| e. Hipotesa Penelitian                                                                                     | 62 |
| C. Pembahasan                                                                                              | 63 |
| 1. Pengaruh Orientasi Belanja terhadap Belanja Produk Online                                               | 63 |
| 2. Pengaruh Kepercayaan Online terhadap Belanja Produk Online                                              | 64 |
| 3. Pengaruh Pengalaman Pembelian terhadap Belanja Produk Online                                            | 64 |
| 4. Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, dan Pengalaman Pembelian terhadap Belanja Produk Online | 65 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                                                          |    |
| A. Kesimpulan                                                                                              | 66 |
| B. Saran                                                                                                   | 67 |
| <b>DAFTAR LITERATUR</b>                                                                                    |    |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                                                   |    |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>                                                                                       |    |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel.1.1. Online Shope yang dijadikan Penelitian serta Ratingnya<br>di Playstore .....                         | 4  |
| Tabel 2.1. Hasil Penelitian yang Relevan.....                                                                   | 20 |
| Tabel 3.1. Variabel Pengaruh Orientasi Belanja (X1).....                                                        | 27 |
| Tabel 3.2. Variabel Kepercayaan Online (X2) .....                                                               | 27 |
| Tabel 3.3. Variabel Pengalaman Pembelian (X3).....                                                              | 27 |
| Tabel 3.4. Variabel Belanja Produk Online (Y).....                                                              | 27 |
| Tabel 3.5. Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....                                                                  | 28 |
| Tabel 3.6. Skala Likert .....                                                                                   | 30 |
| Tabel 3.7. Penilaian .....                                                                                      | 30 |
| Tabel. 4.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                                          | 45 |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                                       | 46 |
| Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                              | 46 |
| Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan .....                                        | 47 |
| Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas Variabel Orientasi Belanja (X1) One-<br>Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....     | 48 |
| Tabel 4.6. Uji Normalitas Melalui Liliefors pada variabel Orientasi Belanja<br>(X1).....                        | 48 |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas Variabel Kepercayaan Online (X2) One-Sample<br>Kolmogorov-Smirnov Test .....    | 49 |
| Tabel 4.8. Uji Normalitas Melalui Liliefors pada variabel Kepercayaan Online<br>(X2) .....                      | 49 |
| Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Variabel Pengalaman Pembelian (X3) One-<br>Sample Kolmogorov-Smirnov Test ..... | 50 |
| Tabel 4.10. Uji Normalitas Melalui Liliefors pada variabel Pengalaman<br>Pembelian (X3).....                    | 50 |
| Tabel 4.11. Hasil Uji Linieritas Orientasi Belanja (X1) terhadap Berbelanja Online<br>(Y) ANOVA Table .....     | 51 |
| Tabel 4.12. Hasil Uji Linieritas Kepercayaan Online (X2) terhadap Berbelanja<br>Online (Y) ANOVA Table .....    | 52 |
| Tabel 4.13. Hasil Uji Linieritas Pengalaman Pembelian (X3) terhadap Berbelanja<br>Online (Y) ANOVA Table .....  | 52 |
| Tabel 4.14. Test of Homogeneity of Variances .....                                                              | 53 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.15. Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Belanja (X1) .....  | 54 |
| Tabel 4.16. Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan Online (X2) ..... | 56 |
| Tabel 4.17. Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Pengalaman Pembelian (X3).... | 55 |
| Tabel 4.18. Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Berbelanja Online (Y) .....   | 58 |
| Tabel 4.19. Coefficients <sup>a</sup> .....                                   | 59 |
| Tabel 4.20. ANOVA <sup>a</sup> .....                                          | 61 |
| Tabel 4.21. Model Summary .....                                               | 62 |
| Tabel 4.22. Hipotesa Penelitian .....                                         | 63 |

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian Pengaruh <i>Orientasi</i> Belanja, Kepercayaan Pembelian, dan Pengalaman pembelian Terhadap Belanja Produk <i>Online</i> ..... | 24 |
| Gambar 4.1. Online Shop Lazada.....                                                                                                                                       | 37 |
| Gambar 4.2. Online Shop Tokopedia.....                                                                                                                                    | 38 |
| Gambar 4.3. Online Shop Shopee.....                                                                                                                                       | 39 |
| Gambar 4.4. Online Shop Bukalapak.....                                                                                                                                    | 41 |
| Gambar 4.5. Online Shop OLX.....                                                                                                                                          | 42 |
| Gambar 4.6. Online Shop Blibli.....                                                                                                                                       | 43 |
| Gambar 4.7. Diagram P plot.....                                                                                                                                           | 51 |
| Gambar 4.8. Grafik Frekuensi Variabel (X1).....                                                                                                                           | 55 |
| Gambar 4.9. Grafik Frekuensi Variabel (X2).....                                                                                                                           | 56 |
| Gambar 4.10. Grafik Frekuensi Variabel (X3).....                                                                                                                          | 57 |
| Gambar 4.11. Grafik Frekuensi Variabel (Y).....                                                                                                                           | 58 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner.....                            | 73  |
| Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner .....                | 84  |
| Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....      | 92  |
| Lampiran 4. Uji Normalitas.....                       | 99  |
| Lampiran 5. Uji Linieritas .....                      | 100 |
| Lampiran 6. Uji Homogenitas.....                      | 101 |
| Lampiran 7. Distribusi Frekuensi.....                 | 102 |
| Lampiran 8. Uji Regresi Linier Berganda .....         | 106 |
| Lampiran 9. Uji T, Uji F, $R^2$ .....                 | 107 |
| Lampiran 10. Tabel r.....                             | 108 |
| Lampiran 11. Tabel t.....                             | 114 |
| Lampiran 12. Tabel f.....                             | 117 |
| Lampiran 13. Tabel L.....                             | 120 |
| Lampiran 14. Daftar Hadir Seminar .....               | 121 |
| Lampiran 15. Surat Tugas .....                        | 123 |
| Lampiran 16. Formulir Pengajuan Judul .....           | 125 |
| Lampiran 17. Berita Acara Seminar Proposal .....      | 126 |
| Lampiran 18. SK Dosen Pembimbing .....                | 127 |
| Lampiran 19. Persetujuan Perbaikan Proposal .....     | 128 |
| Lampiran 20. Lembar Konsultasi Judul Pembimbing ..... | 129 |
| Lampiran 21. SK Ujian skripsi.....                    | 133 |
| Lampiran 22. Rekap Nilai Ujian Skripsi .....          | 143 |