

SKRIPSI

PENGARUH *PRICE DISCOUNT* DAN *CUSTOMER TRUST* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA SITUS *MARKETPLACE* SHOPEE

(Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Pengguna Aplikasi Shopee)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

MELIA MAULIDASARI

NIM : 1910412220047



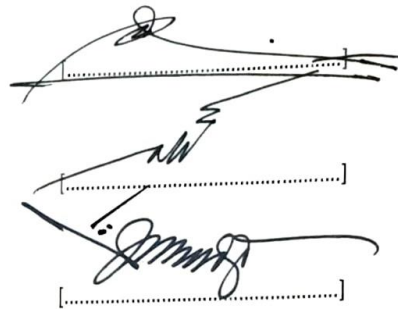
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh *Price Discount* Dan *Customer Trust* Terhadap *Impulse Buying*
Pada Situs *Marketplace* Shopee (Studi Pada Masyarakat Kota
Banjarmasin Pengguna Aplikasi Shopee)

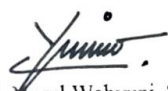
- A. Nama Mahasiswa : Melia Maulidasari
NIM : 1910412220047
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- Pembimbing
Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP. 195608081984031002
 - Penguji I
Drs. Sugiharto, MS
NIP. 195906151987031004
 - Penguji II
Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 197401102000031001



[.....]
[.....]
[.....]

Banjarmasin, 13 Desember 2023

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis




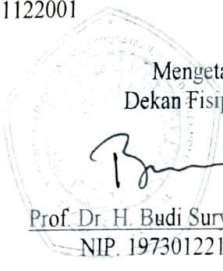
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP. 195608081984031002

Mengetahui
Dekan Fisip ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 5596/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
2. Drs. Sugiharto, MS
3. Dr. Taharuddin, S Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Melia Maulidasari
NIM : 1910412220047
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount* Dan *Customer Trust* Terhadap
Impulse Buying Pada Situs *Marketplace* Shopee (Studi Pada
Masyarakat Kota Banjarmasin Pengguna Aplikasi Shopee)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 23 Oktober 2023
J a m : 11.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya

Banjarmasin, 14 September 2023

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan aset bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah dibundarkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh SSRC



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



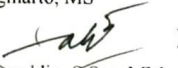
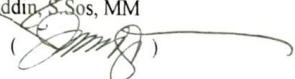
Pada hari ini Senin tanggal 23 bulan Oktober tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 5596/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 14 September 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Melia Maulidasari
NIM : 1910412220047
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Price Discount* Dan *Customer Trust* Terhadap *Impulse Buying* Pada Situs *Marketplace* Shopee (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Pengguna Aplikasi Shopee)
Tempat Ujian : Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 11.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 83,67
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 23 Oktober 2023

Tim Penguji,

- Mahasiswa yang diuji, 1. Ketua : Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA

Melia Maulidasari 2. Sekretaris : Drs. Sugiharto, MS
3. Anggota : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM




Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karna berkat rahmat beliaulah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Price Discount* dan *Customer Trust* terhadap *Impulse Buying* Pada Situs *Marketplace* Shopee (Studi Pada Masyarakat Kota Banjarmasin Pengguna Aplikasi Shopee)” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulisan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

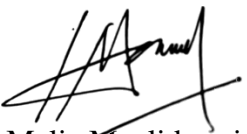
1. Bapak Prof Dr. Ahmad Alim Bachri, S. E., M. Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan ide, saran, bimbingan, nasehat dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Sugiharto, MS Selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Taharuddin, S. Sos, MM Selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Staff Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu kelancaran studi selama penulis menuntut ilmu serta mendidik,

membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal kepada penulis dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang.

8. Bapak dan Ibu tercinta yang tidak pernah berhenti membimbing, mendoakan, serta memberi semangat dan dukungan baik moral maupun material yang tidak ternilai kepada penulis dari awal perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan dan sahabat-sahabat saya serta seluruh keluarga besar mahasiswa angkatan 2019 Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat, bantuan dan motivasi sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang turut membantu baik tenaga, pikiran serta doa selama penyusunan skripsi ini.

Atas segala petunjuk, bimbingan, bantuan dan partisipasi yang telah diberikan, semoga Allah SWT. memberikan imbalan atas amal dan bantuannya, Aamiin. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna serta apa yang diharapkan secara ilmiah. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang penulis miliki. Maka dari itu kritik, saran, bimbingan, serta petunjuk-petunjuk dari semua pihak sangat penulis harapkan guna kelengkapan serta penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 15 September 2023



Melia Maulidasari

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah rabbi' alamin, segala puji syukur kepada Allah SWT. Karena atas karunia serta pertolongan-Nya lah akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Karya skripsi ini saya persembahkan kepada orang yang sangat saya kasahi dan saya sayangi.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Sebagai tanda bakti, cinta dan terima kasih saya yang tak terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Giyanti) dan Ayah (Lastono) yang telah mengantarkan saya sampai ke titik dimana saya bisa merasakan bagaimana bangku perkuliahan. Terima kasih telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan cinta kasih, serta tak hentinya mendoakan dengan tulus anakmu yang masih banyak kekurangannya ini yang tiada mungkin dapat terbalaskan hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bangga, karena saya sadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Terima kasih sekali lagi untuk Ibu dan Ayah yang juga telah mengajarkanku untuk menjadi manusia yang selalu kuat, sehingga aku bisa menjadi manusia yang pantang menyerah dan mengerti apa arti kehidupan yang keras ini. Terima kasih Ibu... Terima kasih Ayah...

Adik dan Orang Terdekatku

Sebagai tanda terima kasih, saya persembahkan karya kecil ini juga untuk adik saya (Nur Syafa'ah Zahra) dan teruntuk sahabat - sahabat saya khususnya (Nadia dan Normaliana), seseorang yang paling berjasa di hidup saya dan yang selalu membantu saya di saat senang maupun kesusahan. Terima kasih kalian telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Kemudian teruntuk teman – teman kampus saya yaitu (Salfa, Mifa, Andrea, Alya) dan teman – teman seperbimbingan saya yaitu (Anisa, Saufa, Nia, dan Janna) terima kasih banyak atas segala doa dan support kalian selama ini, saling menyemangati dan tak pernah bosan mendengarkan segala keluh kesah selama pengerjaan skripsi ini. Saya sangat amat bersyukur mempunyai orang - orang seperti kalian. Semoga Allah SWT. Selalu melindungi kalian dimanapun berada.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 21 November

Yang membuat pernyataan



Melia Maulidasari
NIM: 1910412220047

ABSTRAK

Melia Maulidasari, 1910412220047, 2023. Pengaruh *price discount* dan *customer trust* terhadap *impulse buying* pada situs *marketplace* Shopee (studi pada masyarakat Kota Banjarmasin pengguna aplikasi Shopee). Di bawah bimbingan Saladin Ghalib.

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan pada variabel *price discount* dan *customer trust* terhadap *impulse buying* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berlokasi di Kota Banjarmasin serta jumlah sampel sebanyak 100 responden, dipilih secara *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis regresi linear berganda untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *price discount* dan *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap *impulse buying* pada masyarakat Kota Banjarmasin pengguna aplikasi Shopee.

Kata Kunci: *price discount*, *customer trust*, dan *impulse buying*.

ABSTRACT

Melia Maulidasari, 1910412220047, 2023. The effect of price discounts and customer trust on impulse buying on the Shopee marketplace site (study of Banjarmasin City people who use the Shopee application). Under the guidance of Saladin Ghalib.

The purpose of this study was to examine the effect partially or simultaneously on price discount variables and customer trust on impulse buying using a quantitative approach, located in Banjarmasin City and a sample size of 100 respondents, selected by accidental sampling. Data collection using questionnaires and multiple linear regression analysis to test the hypothesis.

The results of this study prove that price discount and customer trust have a positive and significant effect both partially and simultaneously on impulse buying in the people of Banjarmasin City who use the Shopee application.

Keywords: *price discount, customer trust, and impulse buying.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	26
1.4 Manfaat Penelitian	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	28
2.1 Landasan Teori.....	28
2.1.1 <i>Marketplace</i>	28
2.1.2 Pemasaran	32
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran.....	32
2.1.2.2 Konsep Pemasaran.....	34
2.1.2.3 Bauran Pemasaran	36
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	39
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	39
2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	41
2.1.3.3 <i>Hierarchy of Effect Model</i>	44
2.1.4 Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	47
2.1.4.1 Pengertian Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	47

2.1.4.2 Tipe-Tipe Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	51
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	52
2.1.4.4 Aspek-Aspek Pembelian Impulsif (<i>Impulse Buying</i>)	53
2.1.4.5 Indikator <i>Impulse Buying</i>	53
2.1.5 Potongan Harga (<i>Price Discount</i>).....	54
2.1.5.1 Pengertian Potongan Harga (<i>Price Discount</i>)	54
2.1.5.2 Jenis-Jenis <i>Discount</i>	57
2.1.5.3 Tujuan dan Alasan Pemberian Potongan Harga.....	60
2.1.5.4 Indikator <i>Price Discount</i>	61
2.1.6 Kepercayaan Pelanggan (<i>Customer Trust</i>).....	62
2.1.6.1 Pengertian Kepercayaan Pelanggan (<i>Customer Trust</i>).....	62
2.1.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan	65
2.1.6.3 Aspek-Aspek Kepercayaan.....	66
2.1.6.4 Strategi Mendapatkan dan Mengembangkan Kepercayaan Pelanggan.....	66
2.1.6.5 Indikator <i>Customer Trust</i>	69
2.2 Penelitian Terdahulu	70
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	78
2.3.1 Hipotesis	78
2.3.2 Model Penelitian.....	83
BAB III METODE PENELITIAN	85
3.1 Pendekatan Penelitian	85
3.2 Desain Penelitian.....	85
3.3 Lokasi Penelitian.....	86
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	86
3.4.1 Populasi	86
3.4.2 Besar Sampel	87
3.4.3 Teknik Sampling.....	88
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	89
3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	89
3.5.1.1 Potongan Harga (X1).....	89

3.5.1.2 Kepercayaan Pelanggan (X2)	90
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	92
3.5.2.1 Pembelian Impulsif (Y)	92
3.6 Teknik Pengumpulan Data	95
3.6.1 Data Primer	96
3.6.2 Data Sekunder	96
3.7 Teknik Analisis Data	97
3.7.1 Skala Pengukuran	97
3.7.2 Deskriptif Statistik	98
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	98
3.7.3.1 Uji Validitas	98
3.7.3.2 Uji Reliabilitas	99
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	100
3.7.4.1 Uji Normalitas Data	100
3.7.4.2 Uji Heteroskedastisitas	101
3.7.4.3 Uji Multikolinearitas	101
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda	102
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	103
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji T)	103
3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F)	104
3.7.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	105
BAB IV HASIL PENELITIAN	106
4.1 Karakteristik Responden	106
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	106
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	107
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	108
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	108
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Potongan Harga (X1)	109
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan (X2)	114
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Pembelian Impulsif (Y)	118

4.3 Uji Validitas dan Realibilitas	122
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	124
4.4.1 Uji Normalitas Data	124
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	126
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	127
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	128
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis	130
4.6.1 Uji T (Parsial)	130
4.6.2 Uji F (Simultan).....	132
4.6.3 Pengujian Koefisien Determinasi (R ²).....	134
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....	136
5.1 Pembahasan.....	136
5.1.1 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif.....	136
5.1.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Pembelian Impulsif	138
5.1.3 Pengaruh Potongan Harga dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Pembelian Impulsif.....	141
5.2 Implikasi Hasil	143
5.2.1 Implikasi Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif.....	143
5.2.2 Implikasi Kepercayaan Pelanggan Terhadap Pembelian Impulsif	146
5.2.3 Implikasi Potongan Harga dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Pembelian Impulsif.....	149
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	151
BAB VI PENUTUP	152
6.1 Kesimpulan	152
6.2 Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA	155

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	Situs <i>E-commerce</i> dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia (Agustus 2022).....	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	71
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	93
Tabel 3.2	Skala Likert.....	98
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	98
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	105
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	106
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	107
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	108
Tabel 4.4	Rekapitulasi jawaban responden variabel Potongan Harga (X1).....	109
Tabel 4.5	Rekapitulasi jawaban responden variabel Kepercayaan Pelanggan (X2).....	114
Tabel 4.6	Rekapitulasi jawaban responden variabel Pembelian Impulsif (Y)	118
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	123
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	124
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	128
Tabel 4.10	Hasil Regresi Linear Berganda	129
Tabel 4.11	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji T)	131
Tabel 4.12	Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	133
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Determinasi R^2	134

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2	Peta <i>E-Commerce</i> Indonesia.....	5
Gambar 1.3	Situs <i>E-commerce</i> dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia (Agustus 2022).....	6
Gambar 1.4	Indikasi-Indikasi Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Indonesia Dalam Berbelanja (Tahun 2005-2013).....	10
Gambar 2.1	<i>The Four Ps of The Marketing Mix</i>	37
Gambar 2.2	<i>Lavidge and Steiner's Hierarchy of Effects Model</i>	44
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	83
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	125
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-Plot	126
Gambar 4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot	127
Gambar 5.1	Hasil Model Penelitian	148