

**SKRIPSI**  
**PENGARUH INOVASI PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***  
**DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(STUDI KASUS PADA KOPI JANJI JIWA DI BANJARMASIN)**



**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana**  
**Manajemen**

**Oleh:**

**AKHMAD KHUSAIRI**

**NIM : 1910312310052**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**BANJARMASIN**

**2024**

**SKRIPSI**  
**“PENGARUH INOVASI PRODUK, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH***  
**DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(STUDI KASUS PADA KOPI JANJI JIWA DI BANJARMASIN)”**



**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana**  
**Manajemen**

**Oleh:**

**AKHMAD KHUSAIRI**

**NIM : 1910312310052**

**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**BANJARMASIN**

**2024**

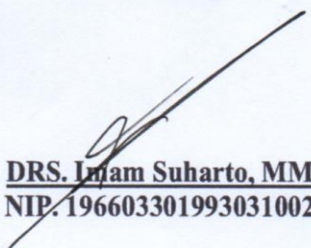
**LEMBAR LEGALITAS**  
**PENGARUH INOVASI PRODUK, EWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*) DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
**(STUDI KASUS PADA KOPI JANJI JIWA DI BANJARMASIN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

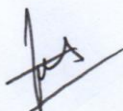
**AKHMAD KHUSAIRI**  
**NIM 1910312310052**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 27 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

**Dosen Pembimbing**

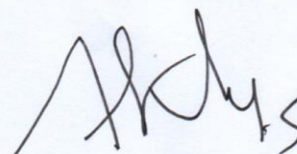
  
**DRS. Imam Suharto, MM**  
**NIP. 196603301993031002**

**Penguji I**



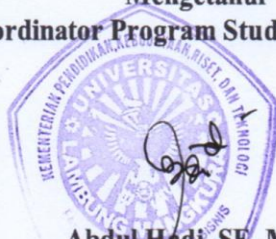
**M. Zainal Abidin, S.SOS, M.SI**  
**NIP. 197509132003121001**

**Penguji II**



**Akhmad Supriyanto, SE, MM**  
**NIP. 197504292006041001**

**Mengetahui**  
**Koordinator Program Studi Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.SI**  
**NIP. 197007072005011001**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

1. Nama : Akhmad Khusairi
2. NIM : 1910312310052
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin)
5. Mata Kuliah : Manajemen Kewirausahaan  
Pokok
6. Waktu Ujian : 27 Maret 2024, 10.00-12.00 WITA
7. Tempat Ujian : Ruang Ujian FEB ULM

### TIM PENGUJI

Pembimbing : DRS. Imam Suharto, MM (.....)

Penguji I : M. Zainal Abidin, S.SOS, M.SI (.....)

Penguji II : Akhmad Supriyanto, SE, MM (.....)

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

8. Nama : Akhmad Khusairi
9. NIM : 1910312310052
10. Jurusan : Manajemen
11. Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin)
12. Mata Kuliah : Manajemen Kewirausahaan  
Pokok
13. Waktu Ujian : 27 Maret 2024, 10.00-12.00 WITA
14. Tempat Ujian : Ruang Ujian FEB ULM

Disetujui oleh dosen pembimbing.

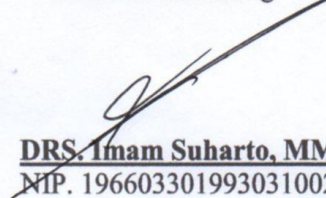
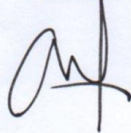
Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan

Banjarmasin, 13 Mei 2024

Mahasiswa

Dosen Pembimbing



**Akhmad Khusairi**  
NIM. 1910312310052

**DRS. Imam Suharto, MM**  
NIP. 196603301993031002

Mengetahui  
Koordinator Program Studi Manajemen



**Abdul Hadi, SE, M.Si**  
NIP. 19700707 200501 1 001

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINAL

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 13 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



  
Akhmad Khusairi

NIM : 1910312310052

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Inovasi Produk, Electronic .Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin)**”. Skripsi ini ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih banyak atas bantuan dari berbagai pihak yang telah berkontribusi, baik berupa waktu, saran, kritik, dorongan maupun pikirannya untuk penyusunan skripsi ini. Di dalam penulisan skripsi ini tentunya peneliti menemukan berbagai hambatan. Akan tetapi, berkat bantuan, arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Namun, dengan segala kekurangan dan keterbatasan, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa pun yang membacanya.

Dalam tulisan ini peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang telah melancarkan dan menguatkan di setiap proses yang peneliti hadapi dalam pembuatan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua yang sangat saya cintai, yang membesarkan, mendidik dan tiada hentinya memberikan semangat, dorongan, dukungan serta do'a untuk peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kasih

sayang, cinta, dukungan moril, materi dan rasa sabar yang diberikan selama peneliti menulis penelitian ini sampai selesai.

3. Bapak Prof. DR. Ahmad Alim Bahri, SE, M.SI. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.SI Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Abdul Hadi, SE, M.SI. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
6. Bapak Widyarfendhi, SE, M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik selama peneliti berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat
7. Bapak DRS. Imam Suharto, MM Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, ilmu dan pengetahuan, dorongan, motivasi, kritik, saran, dan waktu kepada peneliti sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
8. Bapak M. Zainal Abidin, S.SOS, M.SI Selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
9. Bapak Akhmad Supriyanto, SE, MM Selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
10. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah bersedia memberikan ilmunya kepada peneliti.



11. Kepada kawan-kawan kelas Manajemen, Manajemen Genap dan Manajemen kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat. Terima kasih telah kebersamai dari awal semester.
12. Kepada teman-teman lainnya, baik yang dekat maupun yang jauh, atas kontribusinya menemani peneliti serta memberikan dukungan dan dorongan hingga peneliti mampu bertahan sampai akhir.
13. Kepada pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah memberikan do'a dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.
14. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, telah berjuang, berusaha, dan memberikan kemampuan semaksimal dan sebisa mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini. Sekali lagi, terima kasih telah bertahan untuk diri sendiri.

Sebagai penutup, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa pun yang membutuhkannya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran, masukan dan kritik yang membangun bagi peneliti sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti, perusahaan, dan seluruh pembaca.

Banjarmasin, 24 April 2024

Peneliti



**AKHMAD KHUSAIRI**  
**NIM : 1910312310052**

## ABSTRACT

Akhmad Khusairi (2024). *The Influence of Product Innovation, Electronic Word of Mouth and Brand Image on Purchase Decision* (Case Study on Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin)

Pembimbing : Imam Suharto

*The research aims to: 1) To determine the influence of product innovation on purchasing decisions for Janji Jiwa Coffee in Banjarmasin; 2) To find out the influence of electronic word of mouth on purchasing decisions for Janji Jiwa Coffee in Banjarmasin; 3) To determine the influence of Brand Image on purchasing decisions for Janji Jiwa Coffee in Banjarmasin.*

*The type of this research is quantitative with causal approach to determine the relationship between variables or the effect of independent variables on dependent variable. The population in this study were consumers of Janji Jiwa Coffee in Banjarmasin. The sampling technique used in this research is the quota sampling technique. There were 50 respondents in this study. The data collection technique used in this research is a questionnaire. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression with the application of the SPSS Statistics 26 program. .*

*The results of the t test in this study prove that there is a positive and significant influence between the product innovation variable (X1) on the purchasing decision variable (Y), there is a positive and significant influence between the electronic word of mouth variable (X2) on the purchasing decision variable (Y), and there is a positive influence and significant between the brand image variable (X3) and the purchasing decision variable (Y) Kopi Janji Jiwa in Banjarmasin. The results of the R2 coefficient of determination test show that the purchasing decision variable (Y) can be influenced by product innovation (X1), electronic word of mouth (X2), and brand image (X3) by 89.2% while the remaining 10.8% can be explained by these factors. others not examined in this study*

**Keywords** : *Product Innovation, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Purchase Decision*

## ABSTRAK

Akhmad Khusairi (2024). Pengaruh Inovasi Produk, *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin)

Pembimbing : Imam Suharto

Tujuan penelitian ini adalah untuk : 1) Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin; 2) Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin; 3) Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan bersifat sebab dan akibat (kausal) dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *quota sampling*. Responden pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan aplikasi program SPSS Statistics 26.

Hasil uji t pada penelitian ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel inovasi produk (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *electronic word of mouth* (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y), dan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *brand image* (X3) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin. Hasil uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) dapat dipengaruhi oleh inovasi produk (X1), *electronic word of mouth* (X2), dan *brand image* (X3) sebesar 89,2% sedangkan 10,8% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : Inovasi Produk, *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	i
LEMBAR LEGALITAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PERNYATAAN ORISINAL .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRACT .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	25
2.1 Landasan Teori .....	25
2.1.1 Inovasi Produk .....	25
2.1.1.1 Definisi Inovasi Produk.....	25
2.1.1.2 Manfaat Inovasi Produk.....	26
2.1.1.3 Tipe-Tipe Inovasi Produk.....	27
2.1.1.4 Strategi Inovasi Produk .....	28
2.1.1.5 Dimensi Inovasi Produk .....	28
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	29
2.1.2.1 Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	29
2.1.2.2 Manfaat <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	31
2.1.2.3 Jenis-Jenis <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	32
2.1.2.4 Strategi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	33
2.1.2.5 Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	34

2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	35
2.1.3.1 Definisi <i>Brand Image</i> .....	35
2.1.3.2 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	37
2.1.3.3 Tipe-Tipe <i>Brand Image</i> .....	37
2.1.3.4 Strategi <i>Brand Image</i> .....	38
2.1.3.5 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	39
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	40
2.1.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	40
2.1.4.2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	41
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	42
2.1.5.1 Keterkaitan antara Inovasi produk dan Keputusan Pembelian.....	42
2.1.5.2 Keterkaitan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian .....	43
2.1.5.3 Keterkaitan antara <i>Brand Image</i> dan Keputusan Pembelian .....	45
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	46
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS .....	59
3.1 Kerangka Konseptual.....	59
3.2 Hipotesis.....	60
3.2.1 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	60
3.2.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	61
3.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	61
BAB IV METODE PENELITIAN .....	63
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	63
4.2 Jenis Penelitian .....	63
4.3 Tempat/ Lokasi Penelitian .....	63
4.4 Unit Analisis.....	63
4.5 Populasi dan Sampel.....	64
4.5.1 Populasi .....	64
4.5.2 Sampel .....	64
4.6 Variabel dan Definsi Operasional Variabel .....	66
4.6.1 Variabel Penelitian .....	66
4.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	66
4.7 Teknik Pengumpulan Data .....	69
4.8 Teknik Analisis Data .....	70

4.8.1 Uji Instrumen Penelitian.....	70
4.8.1.1 Uji Validitas.....	70
4.8.1.2 Reliabilitas.....	71
4.8.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	71
4.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
4.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.8.4.1 Uji Normalitas.....	72
4.8.4.2 Uji Multikolinearitas.....	72
4.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.8.4.4 Uji Linearitas.....	73
4.8.5 Koefisien Determinasi.....	73
4.8.6 Uji t.....	73
<b>BAB V HASIL PEMBAHASAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>74</b>
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	74
5.1.1 Identitas Umum Obyek Penelitian.....	74
5.1.2 Visi dan Misi.....	75
5.1.3 Struktur Organisasi.....	75
5.1.4 <i>Job Description</i> .....	75
5.2 Hasil Penelitian dan Analisis.....	77
5.2.1 Karakteristik Responden.....	77
5.2.2 Uji Instrumen Penelitian.....	82
5.2.2.1 Uji Validitas.....	82
5.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	83
5.2.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	84
5.2.3.1 Inovasi Produk (X1).....	84
5.2.3.2 <i>Electronic Word Oof Mouth</i> (X2).....	86
5.2.3.3 <i>Brand Image</i> (X3).....	88
5.2.3.4 Keputusan Pembelian (Y).....	90
5.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	92
5.2.4.1 Uji Normalitas.....	92
5.2.4.2 Uji Multikolinearitas.....	94
5.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	95
5.2.4.4 Uji Linearitas.....	97
5.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	98
5.2.6 Koefisien Determinasi.....	100
5.2.7 Uji Hipotesis (Uji t).....	101



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Kedai Kopi Indonesia 2022-2023 .....	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan 3 <i>Outlet</i> Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin .....	6
Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Awal Variabel Keputusan Pembelian .....	7
Tabel 1. 4 Hasil Kuesioner Awal Variabel Inovasi Produk .....	8
Tabel 1. 5 Hasil Kuesioner Awal Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	12
Tabel 1. 6 Hasil Kuesioner Awal Variabel <i>Brand Image</i> .....	18
Tabel 1. 7 Pencapaian Kopi Janji Jiwa .....	20
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	54
Tabel 4. 1 Kriteria Sampel .....	65
Tabel 4. 2 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian .....	67
Tabel 4. 3 Skala Likert (Nilai skor untuk setiap jawaban Kuesioner) .....	70
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	79
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Inovasi Produk... 80	
Tabel 5. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah melihat ulasan atau <i>review</i> .....	81
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah melihat logo atau simbol produk .....	82
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas .....	83
Tabel 5. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	84
Tabel 5. 9 Skor Jawaban Responden pada Inovasi Produk (X1) .....	85
Tabel 5. 10 Skor Jawaban Responden pada EWOM(X2) .....	87
Tabel 5. 11 Skor Jawaban Responden pada <i>Brand Image</i> (X3) .....	89
Tabel 5. 12 Skor Jawaban Responden pada Keputusan Pembelian (Y) .....	91
Tabel 5. 13 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	94
Tabel 5. 14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	95
Tabel 5. 15 Hasil Uji Glejser .....	97
Tabel 5. 16 Hasil Uji Linearitas .....	98
Tabel 5. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	98
Tabel 5. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	100
Tabel 5. 19 Hasil Uji t .....	101



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Volume Produksi Kopi Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 10 Kedai dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia (2022) .....	5
Gambar 1. 3 Inovasi Varian Rasa Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin .....	10
Gambar 1. 4 Konten Tiktok oleh Influencer mengenai pengalaman mereka terhadap Kopi Janji Jiwa.....	13
Gambar 1. 5 Konten Ulasan Kopi Janji Jiwa di wesbite.....	15
Gambar 1. 6 Rating Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin.....	16
Gambar 1. 7 <i>Review</i> Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin .....	17
Gambar 1. 8 Sosial Media Kopi Janji Jiwa .....	19
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	59
Gambar 5. 1 Struktur Organisasi Kopi Janji Jiwa di Banjarmasin .....	75
Gambar 5. 2 Grafik Histogram Uji Normalitas .....	93
Gambar 5. 3 Grafik P-P Plot Uji Normalitas.....	93
Gambar 5. 4 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel <i>Critical Review</i> Jurnal .....	125
Lampiran 2 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian .....	130
Lampiran 3 Lembar Pengantar Kuesioner .....	133
Lampiran 4 Lembar Kuesioner Penelitian .....	134
Lampiran 5 Tabulasi Data .....	138
Lampiran 6 Karakteristik Responden .....	141
Lampiran 7 Analisis Distribusi Frekuensi dan Analisis Statistik Deskriptif .....	142
Lampiran 8 Uji Instrumen Penelitian .....	149
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik .....	153
Lampiran 10 Analisis Regresi Linear Berganda, uji t, uji F dan Koefisien Determinasi .....	156
Lampiran 11 Tabel R, Tabel T dan Tabel F .....	157