

SKRIPSI
PENGARUH DESAIN KEMASAN DAN KONTEN VISUAL FEED
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK BONSIPI
CAKE AND BAKERY KOTA PALANGKA RAYA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

ISNAZRIA DWI ANDINI

2110414320084

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123

Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH DESAIN KEMASAN DAN KONTEN VISUAL FEED INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK BONSIP CAKE AND BAKERY
KOTA PALANGKA RAYA

- A. Nama Mahasiswa : Isnazria Dwi Andini
NIM : 2110414320084
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai ~~79,84~~ A -) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 19 Mei 2026.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
NIP.19900108201707104001
 - b. Sekretaris
Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si
NIP.197806192008012008
 - c. Anggota
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
NIP. 198204212014041001

()
()
()

Banjarmasin, 23 Juni 2026
Ketua Tim Penguji,



Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
NIP. 19900108201707104001

Mengotahui,
Dekan FISIP ULM

Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si
NIP.197104201999031001.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS 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 Selasa Dua Belas Mei Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1152/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 7 Mei 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Isnazria Dwi Andini
NIM : 2110414320084
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Kemasan dan Konten Visual Feed Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 14.00 s/d selesai
Nilai : 79,82 (A-)
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 : 19 Mei 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Isnazria Dwi Andini

1. Ketua : Achmad Bayu C., S.Ikom., M.A.
()
2. Sekretaris : Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si
()
3. Anggota : Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS 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/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Isnazria Dwi Andini
NIM : 2110414320084
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Kemasan dan Konten Visual Feed Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	80	
2.	Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si	80	
3.	Dr. Muhammad Alif,S.Sos.,M.Si	80,5	
Jumlah		240,5	
Nilai Rata-rata		80,17	Nilai Akhir = 79,82 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 19 Mei 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1152/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, MA
2. Dr. Sri Astuty, S.Sos, M.Si
3. Dr. Muhammad Alif, S.Sos, M.Si

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

Nama : Isnazria Dwi Andini
NIM : 2110414320084
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Kemasan dan Konten Visual Feed Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 19 Mei 2026
J a m : 14.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 7 Mei 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Isnazria Dwi Andini

NIM : 2110414320084

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin

Dengan ini menyatakan bahwa karya beserta Laporan Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya penelitian sendiri dan bukan duplikasi dari hasil karya penelitian orang lain. Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat oleh penulis dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 29 Juni 2026



Isnazria Dwi Andini

2110414320084

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan rasa syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya yang tiada terhingga, sehingga penulis diberi kemampuan dan kekuatan untuk menuntaskan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Desain Kemasan dan Promosi Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penulis menyadari bahwa proses perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh ketulusan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan.

5. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom.,MA selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan perhatian dan dedikasi penuh dalam mendampingi penulis, serta dengan lapang dada meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan saran maupun bimbingan yang sangat berarti selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas ilmu, pengalaman, serta wawasan berharga yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat, doa, dorongan, serta motivasi tiada henti hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Teman-teman dekat yang menjadi sumber dukungan moral, memberikan motivasi, menemani proses penyusunan skripsi, serta dengan penuh kesabaran mendengarkan keluh kesah penulis selama penelitian berlangsung.
9. Seluruh pihak yang turut andil dalam mendukung kelancaran penyusunan skripsi ini, baik yang terlibat secara langsung maupun yang memberikan kontribusi secara tidak langsung, yang jumlahnya terlalu banyak untuk disebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.

Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah meluangkan waktu serta tenaganya dalam mendukung penyelesaian skripsi ini. Di sisi lain, penulis menyadari bahwa hasil karya ini belumlah sempurna dan masih terbuka lebar untuk diperbaiki. Oleh karena itu, segala bentuk kritik maupun saran yang konstruktif akan penulis terima dengan lapang dada sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan lebih lanjut. Penulis juga

menaruh harapan besar agar skripsi ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pembaca dan berbagai pihak yang membutuhkan di masa yang akan datang.

Banjarmasin, 04 Mei 2026

Isnazria Dwi Andini

ABSTRAK

Isnazria Dwi Andini, 2110414320084, 2026, Pengaruh Desain Kemasan dan Konten Visual Feed Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya. Dibawah bimbingan Achmad Bayu Chandrabuwono.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh desain kemasan dan konten visual feed Instagram terhadap minat beli konsumen produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji T, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) berbantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (t hitung = 6,131; sig. 0,000), begitu pula konten visual feed Instagram (t hitung = 6,610; sig. 0,000). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan F hitung sebesar 166,351 dan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,774 menunjukkan bahwa 77,4% perubahan minat beli dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Dengan demikian, desain kemasan yang menarik dan konten visual Instagram yang estetis merupakan faktor penting dalam mendorong minat beli konsumen.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Konten Visual, Feed Instagram, Minat Beli, Bonsip Cake and Bakery

ABSTRACT

Isnazria Dwi Andini, 2110414320084, 2026, The Influence of Packaging Design and Instagram Feed Visual Content on Consumer Purchase Intention of Bonsip Cake and Bakery Products in Palangka Raya City. Supervised: Achmad Bayu Chandrabuwono.

This study aims to determine the influence of packaging design and Instagram feed visual content on consumer purchase intention for Bonsip Cake and Bakery products in Palangka Raya City, both partially and simultaneously. The method used is quantitative with 100 respondents selected through purposive sampling technique. Data analysis employed multiple linear regression, T-test, F-test, and coefficient of determination (R^2) using SPSS software.

The results indicate that packaging design has a positive and significant effect on purchase intention (t -value = 6.131; sig. 0.000), as does Instagram feed visual content (t -value = 6.610; sig. 0.000). Simultaneously, both variables have a significant effect with an F -value of 166.351 and significance of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.774 indicates that 77.4% of the variation in consumer purchase intention is explained by these two variables. Therefore, attractive packaging design and aesthetically pleasing Instagram visual content are important factors in driving consumer purchase intention.

Keywords: *Packaging Design, Visual Content, Instagram Feed, Purchase Intention, Bonsip Cake and Bakery*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Matriks Penelitian Sejenis	19
2.2 Tinjauan Konseptual	28
2.2.1 Komunikasi Visual	28
2.2.2 Kemasan	33
2.2.3 Desain Kemasan	39
2.2.4 Media Sosial	45
2.2.5 Instagram	47
2.2.6 Feed Instagram	52
2.2.7 Konten Visual	55
2.2.8 Minat Beli	58
2.3 Tinjauan Teori	60
2.3.1 Teori Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	60
2.3.2 Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response)	63
2.4 Kerangka Berpikir	66
2.5 Hipotesis Penelitian	67
BAB III METODE PENELITIAN	68
3.1 Pendekatan Penelitian	68

3.2 Tipe Penelitian.....	69
3.3 Objek Penelitian	69
3.4 Sumber Data	70
3.5 Populasi dan Sampel	71
3.5.1 Populasi.....	71
3.5.2 Sampel	71
3.6 Definisi Operasional Variabel	72
3.7 Teknik Pengumpulan Data	74
3.8 Uji Validitas dan Relibilitas	75
3.8.1 Validitas	75
3.8.2 Realibilitas	76
3.9 Teknik Analisis Data	76
3.9.1 Analisis Deskriptif	77
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	77
3.9.3 Kategorisasi Data	78
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda	79
3.11 Uji Hipotesis.....	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	83
4.1 Gambaran Umum	83
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Karakteristik Responden.....	85
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	91
4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel Desain Kemasan (X1).....	92
4.3.2 Distribusi Frekuensi Variabel Konten Visual Feed Instagram (X2).....	98
4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)	103
4.3.4 Kategorisasi Data Variabel Desain Kemasan (X1).....	107
4.3.5 Kategorisasi Data Variabel Konten Visual Feed Instagram (X2).....	108
4.3.6 Kategorisasi Data Variabel Minat Beli (Y)	109
4.4 Uji Validitas dan Realibilitas	110
4.4.1 Uji Validitas	110
4.4.2 Uji Realibilitas	112
4.5 Uji Asumsi Klasik	113

4.5.1 Uji Normalitas.....	114
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	115
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	115
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	118
4.7 Uji Hipotesis.....	120
4.7.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	120
4.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	121
4.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	122
4.8 Pembahasan	123
4.8.1 Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya	124
4.8.2 Pengaruh Konten Visual Feed Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya	126
4.8.3 Pengaruh Desain Kemasan (X1) dan Konten Visual Feed Instagram (X2) secara Simultan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) Produk Bonsip Cake and Bakery Kota Palangka Raya	128
BAB V PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Survey Pengguna Instagram di Indonesia Agustus 2025	4
Gambar 1. 2 Kemasan Produk Bonsip Cake and Bakery (2025).....	8
Gambar 1. 3 Konten Feed Instagram Bonsip Cake and Bakery	10
Gambar 2. 1 Puzzle Feed	53
Gambar 2. 2 Feed dengan Warna atau Filter Dominan	54
Gambar 2. 3 Layout Feed.....	55
Gambar 4. 1 Logo Bonsip Cake & Bakery	84
Gambar 4. 2 Menu Bonsip Cake & Bakery	85
Gambar 4. 3 Hasil Uji Grafik Scatter Plot	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Usaha Bakery di Kota Palangka Raya.....	6
Tabel 1. 2 Perbandingan Konten Visual Feed Instagram Usaha Bakery di Palangka Rya.....	14
Tabel 2. 1 Penjelasan Matriks Penelitian Sejenis.....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Indikator.....	72
Tabel 3. 2 Skor dan Kode Alternatif Jawaban.....	74
Tabel 3. 3 Rumus Kriteria Kategorisasi.....	79
Tabel 4 1 Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
Tabel 4 2 Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Domisili.....	87
Tabel 4 3 Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Usia.....	88
Tabel 4 4 Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Usia.....	89
Tabel 4 5 Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Verifikasi Responden melihat akun Instagram @bonsip_cakeandbakery.....	90
Tabel 4 6 Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Verifikasi Responden Membeli Produk Bonsip Cake and Bakery.....	91
Tabel 4 7 Interval Skor.....	92
Tabel 4 8 Distribusi Frekuensi Variabel Desain Kemasan.....	94
Tabel 4 9 Distribusi Frekuensi Variabel Konten Visual Feed Instagram.....	99
Tabel 4 10 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	104
Tabel 4 11 Kategorisasi Variabel Desain Kemasan.....	108
Tabel 4 12 Hasil Uji Kategorisasi Variabel Desain Kemasan.....	108

Tabel 4 13 Kategorisasi Variabel Konten Visual Feed Instagram	109
Tabel 4 14 Hasil Uji Kategorisasi Variabel Konten Visual Feed Instagram.....	109
Tabel 4 15 Kategorisasi Variabel Minat Beli	110
Tabel 4 16 Hasil Uji Kategorisasi Variabel Minat Beli.....	110
Tabel 4 17 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Variabel.....	112
Tabel 4 19 Hasil Uji Realibilitas Variabel.....	113
Tabel 4 20 Uji Normalitas Kolmogorove-Smirnove.....	114
Tabel 4 21 Uji Multikolinearitas.....	115
Tabel 4 22 Uji Heterokedastisitas.....	116
Tabel 4 23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	118
Tabel 4 24 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	120
Tabel 4 25 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	122
Tabel 4 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	141
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden	145
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Desain Kemasan (X1)	149
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Konten Visual Feed Instagram (X2).....	151
Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)	153
Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Desain Kemasan (X1).....	156
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel Konten Visual Feed Instagram (X2).....	158
Lampiran 8 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	159
Lampiran 9 Uji Reabilitas Variabel Desain Kemasan (X1)	162
Lampiran 10 Uji Reabilitas Variabel Konten Visual (X2).....	162
Lampiran 11 Uji Reabilitas Variabel Minat Beli (Y)	162
Lampiran 12 Uji Normalitas.....	162
Lampiran 12 Uji Multikolinearitas	163
Lampiran 13 Uji Heteroskedastisitas	163
Lampiran 14 Output SPSS Analisis Regresi Berganda.....	164
Lampiran 15 Uji Hipotesis.....	164