

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH *PRICE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND BODY LOTION MEREK CITRA DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana ( SI ) Pada  
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

**RIZKI KARTIKA DEWI**

**NIM: 1910412320022**



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

**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *PRICE* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND BODY LOTION MEREK CITRA DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Rizki Kartika Dewi  
NIM :1910412320022

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  
NIP.198912072025211048

[.....]

b. Penguji I

Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM  
NIP.197604142001121003

[.....]

c. Penguji II

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB  
NIP.1976004132000121002

[.....]

Banjarmasin, Agustus 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

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

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM  
NIP. 198912072025211048



Mengetahui  
Dekan FISIP UNLAM

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>

## SURAT TUGAS

Nomor 2013/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
3. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Rizki Kartika Dewi  
NIM : 1910412320022  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Price* Dan *Brand Image* Terhadap  
Keputusan Pembelian Hand Body Lotion Merek Citra  
Di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 30 Juni 2026  
J a m : 09.00 Wita – Selesai  
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Juni 2026  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 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 tanggal 30 bulan Juni tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2013/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 18 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Rizki Kartika Dewi  
NIM : 1910412320022  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Price* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Body Lotion* Merek Citra Di Kota Banjarmasin  
  
Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 09.00 Wita s.d Selesai  
Nilai : **80/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 : 30 Juni 2026

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Rizki Kartika Dewi

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

( )

2. Sekretaris : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

( )

3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

( )

Mengetahui/membenarkan :

a.n Dekan  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

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

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis pajatkan ke hadirat Allah SWT, yang mana telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Price* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Hand Body Lotion Merek Citra Di Kota Banjarmasin.”. Proposal Skripsi ini dibuat sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih baik kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Irwansyah, S.Sos, Msi Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB Selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB,MM Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
4. Bapak M.Hasanur Arifin, S.Sos,MM Selaku Dosen Penguji 1
5. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB Selaku Dosen Penguji 2

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
7. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
8. Keluarga saya tercinta telah memberi dukungan baik secara moril maupun materil
9. Teman-teman mahasiswa FISIP ULM Jurusan Administrasi Bisnis Tahun Ajaran 2019.

Semoga Amal Kebaikan mereka mendapatkan balasan dari Allah SWT dengan balasan berlipat ganda. Penulis menyadari dengan segala keterbatasan yang ada dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya proposal skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Banjarmasin, November 2023

Penulis

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah rabbil'alamin ...

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, Kesehatan, dan kemudahan sehingga skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada sang junjungan Nabi Muhammad SAW.

Karya skripsi yang sederhana ini kupersembahkan dengan penuh cinta dan rasa syukur kepada kedua orang tuaku tercinta, Bapak (Binardi) dan Ibu (Tatik Istia Ariyani). Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tak pernah berkurang, serta segala pengorbanan yang telah diberikan demi masa depanku. Tidak ada kata yang cukup untuk membalas semua kebaikan dan perjuangan yang telah Bapak dan Ibu berikan. Terima kasih karena selalu menjadi tempat pulang, sumber kekuatan, dan penyemangat dalam setiap langkah kehidupanku. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, dan umur yang penuh manfaat kepada Bapak dan Ibu. Semoga setiap langkah dan pencapaianku dapat menjadi kebahagiaan serta kebanggaan bagi kalian.

Untuk Kakak (Styady Hermawan) tersayang, terimakasih atas dukungan, perhatian, dan semangat yang selalu diberikan. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan bagiku untuk terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih karena selalu menjadi sosok kakak yang dapat diandalkan dalam berbagai keadaan, yang senantiasa memberikan nasihat, motivasi, dan dorongan ketika aku merasa kesulitan. Terima kasih atas setiap bantuan, kepedulian, serta perhatian yang diberikan, baik kecil maupun besar, yang sangat berarti dalam perjalanan hidupku.

Terima kasih juga kepada calon suamiku tercinta (Muhammad Amir Fattah), yang beberapa bulan lagi setelah skripsi ini selesai akan menjadi pendamping hidupku. Terima kasih atas doa, kesabaran, dukungan, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir,

mendengarkan keluh kesah, dan meyakinkanku untuk terus melangkah ketika merasa lelah.

Untuk teman dan sahabat Administrasi Bisnis Angkatan 2019, terima kasih atas kebersamaan,dukungan dan bantuan selama perkuliahan. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga dan membawa kebaikan bagi kita semua.

Dan untuk diriku sendiri, terima kasih karena telah mampu bertahan hingga sejauh ini. Terima kasih telah berjuang, bangkit dari setiap kesulitan, dan tidak menyerah meskipun banyak rintangan yang harus dilalui. Skripsi ini menjadi bukti bahwa setiap usaha,doa, dan kesabaran pada akhirnya dengan proses yang cukup lama akan membuahkan hasil.

Semoga skripsi ini menjadi langkah awal untuk meraih cita-cita, membahagiakan orang-orang tercinta, dan memberikan manfaat bagi banyak orang.

## **PERNYATAAN ORISINIL**

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 dipublikasikan 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, 25 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Rizki Kartika Dewi

NIM. 1910412320022

## ABSTRAK

Rizki Kartika Dewi, 1910412320022, 2026, Pengaruh *Price* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Hand Body Lotion Citra Di Kota Banjarmasin. Dibawah bimbingan Rizki Muslim Hidayat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Price* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Hand Body Lotion Citra Di Kota Banjarmasin. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability – accidental sampling dengan perolehan sampel diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Price* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan *Brand Image* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan *Price* dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** *Price*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

## ***ABSTRAC***

*Rizki Kartika Dewi, 1910412320022, 2026, The Influence of Price and Brand Image on Purchasing Decisions for Citra Hand Body Lotion in Banjarmasin City. Under the guidance of Rizki Muslim Hidayat.*

*This study aims to examine the influence of price and brand image on purchasing decisions for Citra Hand Body Lotion in Banjarmasin City. The research approach used a quantitative method. The sampling technique used was non-probability accidental sampling, with a sample size of 100 respondents. Data collection was conducted using a questionnaire, and data analysis used multiple linear regression.*

*The results show that price (X1) significantly influences purchasing decisions (Y), and brand image (X2) significantly influences purchasing decisions. Simultaneously, price and brand image significantly influence purchasing decisions.*

*Keywords: Price, Brand Image, Purchasing Decision*

## DAFTAR ISI

|                                                                                          |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR.....                                                                      | i    |
| PERSEMBAHAN .....                                                                        | iii  |
| PERNYATAAN ORISINIL .....                                                                | v    |
| ABSTRAK .....                                                                            | vi   |
| <i>ABSTRAC</i> .....                                                                     | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                                          | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                                       | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                                       | xii  |
| BAB I.....                                                                               | 1    |
| PENDAHULUAN .....                                                                        | 1    |
| 1.1. Latar Belakang.....                                                                 | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                                               | 15   |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                                                             | 16   |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                                                             | 16   |
| BAB II .....                                                                             | 14   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                                                                    | 14   |
| 2.1. Landasan Teori.....                                                                 | 14   |
| 2.1.1. Pemasaran.....                                                                    | 14   |
| 2.1.2. Bauran Pemasaran .....                                                            | 15   |
| 2.1.3. Perilaku Konsumen.....                                                            | 16   |
| 2.1.4. Keputusan Pembelian .....                                                         | 18   |
| 2.1.5. Price.....                                                                        | 26   |
| 2.1.6. Brand Image .....                                                                 | 33   |
| 2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....                                                 | 36   |
| 2.3. Hipotesis dan Model Penelitian .....                                                | 44   |
| 2.4. Hipotesis.....                                                                      | 44   |
| 2.4.1. Kausalitas <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                        | 44   |
| 2.4.2. Kausalitas <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                  | 45   |
| 2.4.3. Kausalitas <i>Price</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 46   |
| 2.5. Model Penelitian .....                                                              | 48   |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III.....</b>                                            | <b>49</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                 | <b>49</b> |
| <b>3.1. Pendekatan Penelitian .....</b>                        | <b>49</b> |
| <b>3.2. Desain Penelitian .....</b>                            | <b>49</b> |
| <b>3.3. Lokasi Penelitian.....</b>                             | <b>49</b> |
| <b>3.4. Populasi, Besar Sampel, dan Tehnik Sampling .....</b>  | <b>49</b> |
| 3.4.1. Populasi .....                                          | 49        |
| 3.4.2. Besar Sampel.....                                       | 50        |
| 3.4.3. Tehnik Sampling.....                                    | 51        |
| <b>3.5. Definisi Operasional Variabel.....</b>                 | <b>51</b> |
| 3.5.1. Variable Bebas (Independen) .....                       | 51        |
| 3.5.2. Variabel Terikat (Dependen) .....                       | 54        |
| <b>3.6. Tehnik Pengumpulan Data.....</b>                       | <b>59</b> |
| <b>3.7. Teknik Analisis Data .....</b>                         | <b>59</b> |
| 3.7.1. Skala Pengukuran .....                                  | 59        |
| 3.7.2. Deskriptif Statistik .....                              | 60        |
| 3.7.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                    | 60        |
| 3.7.4. Uji Asumsi Klasik.....                                  | 62        |
| 3.7.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....                  | 64        |
| 3.7.6. Alat Uji Hipotesis.....                                 | 65        |
| <b>BAB IV .....</b>                                            | <b>68</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN .....</b>                                  | <b>68</b> |
| <b>4.1. Profil Responden .....</b>                             | <b>68</b> |
| 4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 68        |
| 4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....          | 68        |
| 4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....      | 70        |
| 4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 70        |
| <b>4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....</b>                 | <b>71</b> |
| 4.2.1. Deskriptif Variabel <i>Price</i> (X1).....              | 71        |
| 4.2.2. Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....        | 75        |
| 4.2.3. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....       | 78        |
| <b>4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>          | <b>82</b> |
| 4.3.1. Uji Validitas.....                                      | 82        |

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3.2. Uji Reliabilitas .....                                                          | 84  |
| 4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....                                                      | 84  |
| 4.4.1. Uji Normalitas Data .....                                                       | 84  |
| 4.4.2. Uji Multikolinearitas.....                                                      | 87  |
| 4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....                                                    | 88  |
| 4.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....                                      | 89  |
| 4.6. Hasil Pengujian Hipotesis.....                                                    | 90  |
| 4.6.1. Uji t .....                                                                     | 90  |
| 4.6.2. Uji F .....                                                                     | 92  |
| 4.6.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                       | 93  |
| 4.7. Model Akhir Penelitian.....                                                       | 94  |
| BAB V .....                                                                            | 96  |
| PEMBAHASAN HASIL.....                                                                  | 96  |
| 5.1. Pembahasan.....                                                                   | 96  |
| 5.1.1. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....                         | 96  |
| 5.1.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                  | 97  |
| 5.1.3. Pengaruh <i>Price</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 99  |
| 5.2. Implikasi Hasil .....                                                             | 101 |
| 5.2.1. <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                                 | 101 |
| 5.2.2. <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                           | 102 |
| 5.2.3. <i>Price</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....          | 103 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian .....                                                     | 105 |
| BAB VI.....                                                                            | 106 |
| PENUTUP.....                                                                           | 106 |
| 6.1. Kesimpulan.....                                                                   | 106 |
| 6.2. Saran .....                                                                       | 106 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                   | 109 |
| LAMPIRAN.....                                                                          | 111 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Ringkasan Perbandingan harga dari tahun 2019 sampai 2025.....                           | 9  |
| Tabel 1. 2 Top Brand Index (TBI) kategori Hand & Body Lotion di Indonesia<br>tahun 2019–2025 ..... | 12 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                                                              | 36 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....                                                     | 56 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                 | 68 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....                                          | 69 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....                                       | 70 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                     | 70 |
| Tabel 4. 5 Frekuensi jawaban responden variabel Price (X1) .....                                   | 71 |
| Tabel 4. 6 Frekuensi jawaban responden variabel Brand Image (X2).....                              | 75 |
| Tabel 4. 7 Frekuensi jawaban responden variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                      | 78 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....                                                               | 82 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....                                                            | 84 |
| Tabel 4. 10 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov.....                                      | 86 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                                       | 87 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....                                                 | 89 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji t) .....                                         | 91 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Secara Simultan (Uji F) .....                                        | 92 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                        | 93 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Nilai Pasar Kecantikan di Indonesia 2010-2023 . | 2  |
| Gambar 1. 2 Produk Skincare Lokal Paling Banyak Digunakan Di Indonesia ..... | 4  |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram .....                             | 85 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....                                 | 85 |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Hetroskedastisitas Uji Scatterplot .....               | 88 |
| Gambar 4. 4 Model Akhir Penelitian .....                                     | 95 |