

SKRIPSI

PENGARUH KONTEN PERSONAL BRANDING PADA AKUN INSTAGRAM @XAVIERAAPUTRI TERHADAP SELF-EFFICACY (STUDI PADA GENERASI Z KOTA BANJARMASIN)

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



Tulisan Oleh:

Janpy Nabila

2110414220029

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2025



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

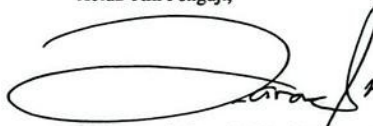
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KONTEN PERSONAL BRANDING PADA AKUN INSTAGRAM
@XAVIERAAPUTRI TERHADAP SELF-EFFICACY
(STUDI PADA GENERASI Z KOTA BANJARMASIN)

- A. Nama Mahasiswa : Janpy Nabila
B. NIM : 2110414220029
- C. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 80,10 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi satu tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 23 Juni 2025.
- D. Tim Penguji:
- a. Ketua
Muhammad Ainani, S.IP., M.A
NIP. 198810282022031003
 - b. Sekretaris
Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
NIP. 198204212014041001
 - c. Anggota
Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A
NIP. 198911282020121011

()
()
()

Banjarmasin, 14 Juli 2025
Ketua Tim Penguji,

()
Muhammad Ainani, S.IP., M.A
NIP. 198810282022031003

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

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



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 Senin Dua Puluh Tiga Juni Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3280/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 17 Juni 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Janpy Nabila
NIM : 2110414220029
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Personal Branding Pada Akun Instagram @xavieraputri terhadap Self-Efficacy (Studi Pada Generasi Z Kota Banjarmasin)

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 11.00 s/d selesai
Nilai : 80,1 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

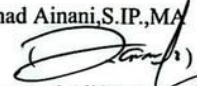
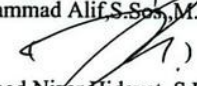

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 23 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Janpy Nabila

1. Ketua : Muhammad Ainani, S.IP., MA 
2. Sekretaris : Dr. Muhammad Alif S. Sos., M.Si 
3. Anggota : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA. 

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 : Janpy Nabila
NIM : 2110414220029
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Personal Branding Pada Akun Instagram @xavieraputri terhadap Self-Efficacy (Studi Pada Generasi Z Kota Banjarmasin)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Muhammad Ainani,S.IP.,MA	80	
2.	Dr. Muhammad Alif,S.Sos.,M.Si	80	
3.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	80	
Jumlah		240	
Nilai Rata-rata		80	Nilai Akhir = 80,1 (CA)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 23 Juni 2025

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
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 3280/UN8.1.13/KP.10.00/2025

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

1. Muhammad Ainani,S.IP.,MA
2. Dr. Muhammad Alif,S.Sos.,M.Si
3. Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.

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

Nama : Janpy Nabila
NIM : 2110414220029
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Personal Branding Pada Akun Instagram
@xavieraputri terhadap Self-Efficacy (Studi Pada Generasi
Z Kota Banjarmasin)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 23 Juni 2025
J a m : 11.00 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 17 Juni 2025
Dekan,



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



Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik

Dipindai dengan CamScanner

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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Janpy Nabila
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 4 Juli 2003
NIM : 2110414220029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya tulisan dan data yang dimuat dalam skripsi ini adalah asli hasil penelitian penulis, bukan merupakan hasil plagiat. Apabila dikemudian hari terdapat adanya penyimpangan dan peniruan dalam penelitian ini, maka penulis bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

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

Banjarmasin, 18 Juli 2025



Janpy Nabila

2110414220029

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “Pengaruh Konten Personal Branding pada Akun Instagram @xavieraaputri terhadap Self-Efficacy (Studi pada Generasi Z Kota Banjarmasin).” Selesaiannya skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberi izin dan fasilitas selama penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Budi Suryadi. S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat atas segala bantuan terkait izin dan sarana yang diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah mengorganisir Program Studi Ilmu Komunikasi serta memberikan arahan dan masukan selama menjalani perkuliahan.

4. Muhammad Ainani, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak bantuan, saran, serta bimbingan untuk penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Segenap Dosen Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat berguna selama masa belajar dan mengajar di perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan karena keterbatasan dan kemampuan penulis. Dengan begitu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk memperbaiki kekurangan dari skripsi ini.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Banjarmasin, 23 Juni 2025

Janpy Nabila

NIM. 2110414220029

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, dan pertolongan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam tak lupa senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa risalah kebenaran bagi umat manusia. Karya ini saya dedikasikan dengan sepenuh hati kepada:

1. Kedua orang tua saya, yang saya hormati dan cintai. Rasa syukur dan terima kasih saya ucapkan atas semua dukungan emosional, finansial, doa-doa yang telah dipanjatkan, dan semua perjuangan yang telah dilakukan untuk saya hingga saat ini saya bisa mengejar mimpi saya dengan menempuh pendidikan S1 di program studi yang saya harapkan.
2. Nenek, kakek, paman, dan bibi, yang selama masa perkuliahan saya senantiasa memberikan begitu banyak dukungan, serta tak pernah lelah membantu memenuhi berbagai kebutuhan saya, dari hal-hal kecil hingga yang paling krusial demi kelancaran dan kenyamanan saya dalam menempuh pendidikan.
3. Teman-teman dekat saya selama masa perkuliahan, yang telah menemani saya saat masih menjadi mahasiswa baru. Kehadiran mereka yang penuh kehangatan, dukungan, dan canda tawa telah menjadi penguat dalam menjalani suka dan duka selama masa kuliah.
4. Teman-teman saya dari organisasi LPM INTR-O, banyak kenangan dan pembelajaran yang saya dapatkan dari teman-teman satu organisasi.

Berkat mereka, saya dapat menjadi individu yang tumbuh, berkembang, dan lebih berani untuk mengambil tindakan dalam mencapai tujuan saya.

5. Teman-teman di Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021, yang pernah terlibat kegiatan ataupun proyek bersama saya. Terima kasih telah menjadi bagian dari proses saling mendukung dan tumbuh bersama di lingkungan program studi yang kita cintai ini.
6. Kepada diri saya sendiri, terima kasih telah kuat dan terus berjuang hingga titik ini. Perjuangan untuk menyelesaikan masa studi tidaklah mudah. Jadi mari berbangga atas apa yang telah diusahakan dan terus tumbuh menjadi versi terbaik dari diri.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten *personal branding* pada akun Instagram @xavieraaputri terhadap *self-efficacy* Generasi Z di Kota Banjarmasin. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner dan studi kepustakaan sebagai teknik pengumpulan data. Sampel berjumlah 100 responden, ditentukan melalui Rumus Slovin. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan regresi non-linear eksponensial.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara konten *personal branding* dan *self-efficacy*, dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,857 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,735. Nilai *adjusted R²* sebesar 0,732 serta *standard error of the estimate* yang rendah sebesar 0,083 memperkuat keandalan model. Uji regresi menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik, dengan koefisien regresi sebesar 0,020 dan nilai signifikansi 0,000.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten *personal branding* pada akun @xavieraaputri memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *self-efficacy* Generasi Z di Banjarmasin. Hal ini menegaskan bahwa representasi diri melalui media sosial berperan dalam membentuk keyakinan individu terhadap kemampuannya.

Kata kunci: Konten, *Personal Branding*, *Self-Efficacy*, Instagram

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of personal branding content on the Instagram account @xavieraaputri on the self-efficacy of Generation Z in Banjarmasin. A quantitative approach was employed, with questionnaires and literature review used as data collection techniques. The sample consisted of 100 respondents, determined using the Slovin formula. Data were analyzed using descriptive statistics and non-linear exponential regression.

The results indicate a strong and positive relationship between personal branding content and self-efficacy, with a correlation coefficient (R) of 0.857 and a coefficient of determination (R^2) of 0.735. An adjusted R^2 value of 0.732 and a low standard error of estimate of 0.083 further support the reliability of the model. The regression analysis showed a statistically significant influence, with a regression coefficient of 0.020 and a significance value of 0.000.

The findings of this study conclude that the personal branding content on the @xavieraaputri account has a significant and positive impact on the self-efficacy of Generation Z in Banjarmasin. This highlights that self-representation through social media plays a crucial role in shaping individuals' beliefs in their own abilities.

Keywords: Content, Personal Branding, Self-Efficacy, Instagram

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
PERSEMBAHAN.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Teoritis	13
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Matriks Penelitian Sejenis	14
2.2. Tinjauan Konseptual.....	27
2.2.1. Konsep <i>Personal Branding</i>	27
2.2.2. Instagram.....	31
2.2.3. <i>Self-Efficacy</i>	39
2.2.4. Generasi Z.....	43
2.3. Tinjauan Teoritis	44
2.3.1. Teori Kognitif Sosial (<i>Social Cognitive Theory</i>)	44
2.3.2. Teori Perbandingan Sosial (<i>Social Comparison Theory</i>).....	47
2.4. Kerangka Pemikiran	51
2.5. Hipotesis Penelitian	52
BAB III.....	54

METODE PENELITIAN.....	54
3.1. Pendekatan Penelitian.....	54
3.2. Tipe Penelitian.....	55
3.3. Objek Penelitian	55
3.4. Sumber Data	56
3.5. Populasi dan Sampel.....	57
3.5.1. Populasi.....	57
3.5.2. Sampel.....	58
3.6. Definisi Operasional Variabel	61
3.6.1. Definisi Operasional Variabel Independen	62
3.6.2. Definisi Operasional Variabel Dependen.....	66
3.7. Teknik Pengumpulan Data	70
3.7.1. Kuesioner	70
3.7.2. Studi Kepustakaan (<i>Literature Review</i>)	72
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	72
3.8.1. Uji Validitas	73
3.8.2. Uji Reliabilitas	74
3.9. Teknik Analisis Data	75
3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif	75
3.9.2. Uji Asumsi Klasik.....	76
3.9.3. Analisis Regresi Non-linear Eksponensial.....	79
3.9.4. Uji Hipotesis.....	80
BAB IV	81
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1. Gambaran Umum Responden.....	81
4.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.1.2. Berdasarkan Domisili.....	82
4.1.3. Berdasarkan Usia	83
4.1.4. Berdasarkan Pekerjaan	84
4.1.5. Berdasarkan Verifikasi Responden.....	85
4.1.6. Berdasarkan Frekuensi Melihat Konten.....	85
4.2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	86

4.2.1.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Independen	87
4.2.2.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Dependen.....	93
4.3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	99
4.3.1.	Hasil Uji Validitas.....	99
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas	102
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	104
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	104
4.4.2.	Hasil Uji Linearitas	106
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	108
4.5.	Hasil Analisis Regresi Non-linear Eksponensial.....	109
4.6.	Hasil Uji Hipotesis	111
4.6.1.	Hasil Uji T.....	111
4.6.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	112
4.7.	Pembahasan	113
4.7.1.	Pengaruh Konten <i>Personal Branding</i> terhadap <i>Self-Efficacy</i>	113
BAB V	137
PENUTUP	137
5.1.	Kesimpulan.....	137
5.2.	Keterbatasan Penelitian	137
5.3.	Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Contoh Konten <i>Personal Branding</i> Memperlihatkan Pencapaian	4
Gambar 1.2. Reaksi Pengguna Terhadap <i>Personal Branding</i>	4
Gambar 1.3. Profil Instagram Xaviera Putri.....	6
Gambar 1.4. Contoh Konten <i>Personal Branding</i> di Instagram Xaviera Putri.....	7
Gambar 1.5. Pendapat Pengguna Media Sosial Terhadap Xaviera Putri	8
Gambar 2.1. Konten Pencapaian Xaviera Putri.....	34
Gambar 2.2. Konten Promosi dan Keseharian Xaviera Putri.....	35
Gambar 2.3. Pendapat Pengikut @xavieraaputri Mengenai Ciri Khas	36
Gambar 2.4. Pendapat Pengikut @xavieraaputri Mengenai Relevan	37
Gambar 2.5. Pendapat Pengikut @xavieraaputri Mengenai Konsisten.....	38
Gambar 2.6. Konsep Resiprokal Determinism Bandura	46
Gambar 2.7. Kerangka Pemikiran	52
Gambar 4.1. Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas.....	105
Gambar 4.2. Hasil Grafik P-P Plot Uji Normalitas	106
Gambar 4.3. Hasil Grafik Scatter Plot Uji Linearitas.....	107
Gambar 4.4. Model Hasil Penelitian	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024.....	1
Tabel 1.2. Media Sosial Paling Sering Dipakai di Indonesia	2
Tabel 2.1. Penjelasan Matriks Penelitian Sejenis.....	27
Tabel 3.1. Skala Likert 4 Poin.....	61
Tabel 3.2. Instrumen Penelitian Variabel Independen (X).....	66
Tabel 3.3. Instrumen Penelitian Variabel Dependen (Y)	70
Tabel 3.4. Rentang Kategori Jawaban Responden	76
Tabel 4.1. Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2. Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Domisili	82
Tabel 4.3. Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Usia.....	83
Tabel 4.4. Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.5. Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Verifikasi Responden	85
Tabel 4.6. Distribusi Hasil Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Konten	86
Tabel 4.7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Independen.....	88
Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Dependen	94
Tabel 4.9. Ketentuan R Tabel.....	100
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas 30 Responden	101
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas 100 Responden	102
Tabel 4.12. Kriteria Penilaian Tingkat Reliabilitas.....	103
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	103
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden	103
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	104
Tabel 4.16. Hasil Uji Linearitas ANOVA.....	107
Tabel 4.17. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	109
Tabel 4.18. Rangkuman Hasil Analisis Regresi.....	109
Tabel 4.19. Hasil Analisis Regresi Non-linear Eksponensial.....	110
Tabel 4.20. Hasil Uji T	111

Tabel 4.21. Kategori Nilai R^2	112
Tabel 4.22. Kategori Jawaban Responden Variabel Independen	115
Tabel 4.23. Kategori Jawaban Responden Variabel Dependen	120

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laman Kuesioner.....	149
Lampiran 2. Postingan Penyebaran Kuesioner.....	157
Lampiran 3. Tabulasi Data	158
Lampiran 4. Analisis Statistik Deskriptif Variabel X	161
Lampiran 5. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Y	165
Lampiran 6. Uji Validitas Variabel X 30 Responden.....	169
Lampiran 7. Uji Validitas Variabel Y 30 Responden.....	171
Lampiran 8. Uji Validitas Variabel X 100 Responden.....	173
Lampiran 9. Uji Validitas Variabel Y 100 Responden.....	174
Lampiran 10. Uji Reliabilitas 30 Responden Variabel X.....	176
Lampiran 11. Uji Reliabilitas 30 Responden Variabel Y.....	176
Lampiran 12. Uji Reliabilitas 100 Responden Variabel X.....	176
Lampiran 13. Uji Reliabilitas 100 Responden Variabel Y.....	177
Lampiran 14. Uji Normalitas.....	177
Lampiran 15. Uji Linearitas	178
Lampiran 16. Uji Heteroskedastisitas.....	180
Lampiran 17. Analisis Regresi Non-linear Eksponensial.....	181
Lampiran 18. Uji T.....	182
Lampiran 19. Uji Koefisien Determinasi	182