

**PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN, KARAKTERISTIK  
KONSUMEN DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG  
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan  
2012 Universitas Bangka Belitung)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : SRI WILATIKA AYUNI  
NIM : 302 12 11 105**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2016**

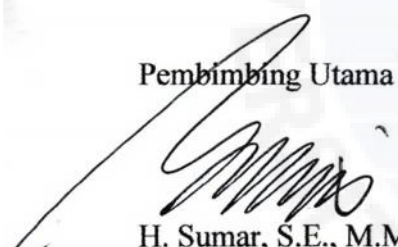


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

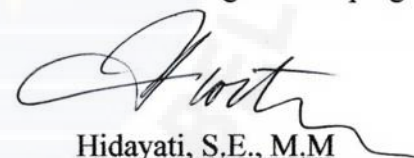
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Sri Wilatika Ayuni  
NIM : 302 12 11 105  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh Psikologi Konsumen, Karakteristik Konsumen dan *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung".

Pembimbing Utama

  
H. Sumar, S.E., M.M  
NP. 506808015

Pembimbing Pendamping

  
Hidayati, S.E., M.M  
NIP. 506507013

Balunujuk, 16 Agustus 2016

Ketua Jurusan Manajemen



Maya Yusnita, S.E., M.Si  
NIP.198605082014042001

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN, KARAKTERISTIK KONSUMEN  
DAN *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE* SAMSUNG (Studi Pada Mahasiswa Jurusan  
Manajemen Angkatan 2012 Universitas Bangka Belitung)**

Yang disiapkan dan disusun oleh : **Sri Wilatika Ayuni**

Nomor Induk Peserta : **302 12 11 105**

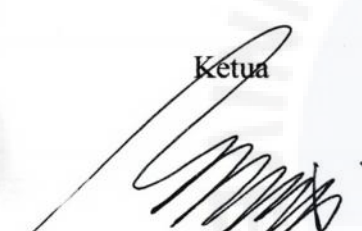
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 10 Agustus 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.


**Tim Penguji :**

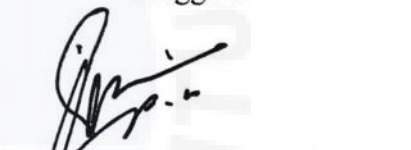
Ketua

Anggota

Anggota

  
Sumar, S.E., M.M  
NP. 506808015

  
M. Tanggung, S.E. M.Si  
NIP. 196306051990031004

  
Dian Prihardini, W, S.E., M.M  
NIP. 198207222014042002

Balunijuk, 16 Agustus 2016  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Dekan

  
Dr. Reniati, S.E., M.Si  
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

  
Maya Yusnita, S.E., M.Si  
NIP.198605082014042001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

“Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Psikologi Konsumen, Karakteristik Konsumen dan *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan Tahun 2012 Universitas Bangka Belitung)”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan dicantumkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya siap menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Baluniuk, Agustus 2016

METERAI  
TEMPEL  
A9E3AADF752824913  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH



Penulis  
Sri Wilatika Ayuni



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**Motto :**

"MAN JADDA WAJADA"

Siapa yang bersungguh-sungguh pasti berhasil

"MAN SHABARA ZHAFIRA"

Siapa yang bersabar pasti beruntung

"MAN SARA ALA DARBIWASHALA"

Siapa yang menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

## PERSEMBAHAN :

*Skripsi ini kupersembahkan dengan segenap rasa kepada:*

1. *Allah SWT yang telah senantiasa memberikan kemudahan kepada penulis dalam mencapai tujuan dan cita-cita.*
2. *Ayahku dan Ibuku yang tercinta atas semua dukungan, pengorbanan baik moral maupun materil dan doa yang tulus dan tanpa pamrih untuk keberhasilan penulis. Doa kalian adalah semangat untukku.*
3. *Kakakku dan kedua adikku tersayang serta keluarga besar yang selalu memberi semangat dan motivasi kepada penulis agar cepat menyelesaikan skripsi.*
4. *Seorang yang telah memerikan semangat dan dukungan apapun yang penulis kerjakan.*
5. *Sahabat-sahabat yang senantiasa memberikan semangat kepadaku Astuti, Susanti, Dewi Lestari, serta teman-teman seperjuanganku Manajemen 1 angkatan 2012.*
6. *Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.*



## **ABSTRACT**

**Sri Wilatika Ayuni. 302.12.11.105. *Efects Of Psychology Consumer, Characteristics And Country of Origin Consumer Towards Buying Decision Samsung Smartphone (A Study of Management Major Students in 2012 at University Of Bangka Belitung)***

*The background of this study is based on the phenomenon that addresses the consumer psychology, consumer characteristics, county of origin can influence the purchasing decision. The purpose of this study is to find out and get the infkluence of psychology consumer studies, consumer characteristics, country of origin on purchasing decision on Samsung smartphone to Management Department students of 2012 at the University of Bangka Belitung.*

*This study is a descriptive quantitative with a totalsample of 51 respondents, while the method of sampling used saturation sampling method (method sensus). In this study, the independent variables consisted of consumer psychology, consumer characteristics, country of origin, while the dependent variabel was the purchase decision. Testing instrument had used the validity and reliability test. Meanwhile, the method of data analysis applied the multiple linear regression analysis with t-test, F and coefficient of determination.*

*The result of this study,  $X_1$  independent variabels obtained  $t_{value}$  (2.050)  $T_{table}$  (2.007),  $X_2$  variable  $t_{value}$  (3.361)  $T_{table}$  (2.007),  $X_3$  variable  $t_{value}$  (2.132)  $T_{table}$  (2.007). Then  $X_1$  variable had the partial effect on variable Y,  $X_2$  variable had the partial effect on variable Y,  $X_3$  variable had the partial effect on variable Y. The F test results addressed that  $F_{value}$  (43.337)  $F_{table}$  (2.80), while the significance was 0.000 alpha at a significance level of 0.05, then  $H_0$  accepted which means the independent variables jointly or simultaneously significantly affected dependent variable. The coefficient o determination ( $R_2$ ) showed that the independent variables affected the dependent variable at 71.8% and the remaining 28.2% could be explained by other variables outside of study.*

**Keywords: Consumer Psychology, Consumer Characteristics, Country of Origin and Purchase Decision.**



## ABSTRAK

**Sri Wilatika Ayuni, 302 12 11 105. 2016. “Pengaruh Psikologi Konsumen, Karakteristik Konsumen Dan *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan Tahun 2012 Universitas Bangka Belitung)”**.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukan bahwa psikologi konsumen, karakteristik konsumen, *Country Of Origin* dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh psikologi konsumen, karakteristik konsumen, *Country Of Origin* terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung pada Mahasiswa jurusan Manajemen angkatan 2012 di Universitas Bangka Belitung.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 51 responden, sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh (Metode sensus). Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari psikologi konsumen, karakteristik konsumen, *Country Of Origin*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian variabel independen  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung}$  (2,050)  $T_{tabel}$  (2,007), variabel  $X_2$   $t_{hitung}$  (3,361)  $T_{tabel}$  (2,007),  $X_3$   $t_{hitung}$  (2,132)  $T_{tabel}$  (2,007). Maka variabel  $X_1$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel  $X_2$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel  $X_3$  berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukan bahwa  $F_{hitung}$  (43,3337)  $F_{tabel}$  (2,80), sedangkan signifikansi adalah 0,000  $\alpha$  pada taraf signifikansi 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel *independen* secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* secara signifikan. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 71,8% dan sisanya 28,2% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang diluar penelitian.

**Kata Kunci : Psikologi Konsumen, Karakteristik Konsumen, *Country of Origin* Dan Keputusan Pembelian**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kita semua. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjunan besar kita Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman, amin. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang keserjanaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang tiada lain disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan di masa mendatang serta untuk kepentingan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak H. Sumar, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing utama dan Ibu Hidayati, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam bimbingan dan arahnya selama masa penyusunan skripsi.

Selain itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan penghargaan serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Dony Yanuar S.E., M.M selaku dosen pembimbing pendamping sebelumnya.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
6. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung yang telah memberikan izin melakukan penelitian skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen Angkatan 2016.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita semua.

Balunijuk, Agustus 2016

Penulis,

Sri Wilatika Ayuni

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
1.6. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b> .....	<b>13</b>
2.1. Pengertian Manajemen .....	13

2.1.1.	Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.2.	Pengertian Pemasaran .....	14
2.2.	Psikologi Konsumen .....	16
2.2.1.	Faktor Psikologi Konsumen.....	18
2.3.	Karakteristik Konsumen .....	22
2.3.1.	Dimensi Karakteristik Konsumen .....	24
2.4.	<i>Country of Origin</i> .....	24
2.4.1.	Pengukuran Variabel <i>Country of Origin</i> .....	27
2.5.	Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	29
2.5.1.	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	30
2.5.2.	Aspek-aspek Keputusan Pembelian .....	32
2.5.3.	Dimensi Keputusan Konsumen .....	33
2.6.	Penelitian Terdahulu .....	34
2.7.	Kerangka Pemikiran .....	37
2.7.1.	Gambaran Psikologi Konsumen, Karakteristik Konsumen dan <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	38
2.7.2.	Hubungan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	39
2.7.3.	Hubungan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	40
2.7.4.	Hubungan <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	40

2.7.5. Hubungan Psikologi Konsumen, Karakteristik Konsumen dan <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	41
2.8. Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	44
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
3.3. Populasi dan Sampel .....	45
3.3.1. Populasi .....	45
3.3.2. Sampel .....	46
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
3.4.1. Defenisi Operasional .....	46
3.4.2. Pengukuran Variabel .....	49
3.5. Teknik Pengambilan Data .....	50
3.5.1. Jenis dan Sumber Data .....	50
3.5.2. Metode Pengumpulan Data .....	51
3.6. Teknik Analisis Data .....	53
3.6.1. Analisis Deskriptif .....	53
3.6.2. Analisis Verifikatif .....	54
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	55
3.6.4. Analisis Regresi Berganda .....	57
3.6.5. Pengujian Hipotesis .....	58
3.6.6. Analisis Koefisien Determinasi .....	59

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1	Deskripsi Objek penelitian .....	61
4.1.1.	<i>Smartphone</i> Samsung .....	61
4.1.2.	Sejarah Samsung .....	61
4.1.3.	Filosofi dan Nilai Perusahaan .....	64
4.1.4.	Visi dan Misi Samsung .....	66
4.2	Hasil Penelitian .....	67
4.2.1	Hasil Deskriptif karakteristik konsumen .....	67
4.3	Hasil Deskriptif Masing-masing Variabel .....	70
4.3.1	Hasil Deskriptif Variabel Psikologi Konsumen .....	70
4.3.2	Hasil Deskriptif Variabel Karakteristik Konsumen...	78
4.3.3	Hasil Deskriptif Variabel <i>Country of Origin</i> .....	85
4.3.4	Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	91
4.3.5	Rekapitulasi Hasil Deskriptif Variabel .....	98
4.4	Hasil Penelitian Analisis Data .....	99
4.4.1	Uji Validitas .....	99
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	100
4.4.3	Uji Asumsi Klasik .....	101
4.4.3.1.	Uji Normalitas .....	101
4.4.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	103
4.4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	103
4.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	104
4.4.5.	Uji t .....	106
4.4.6.	Uji F .....	108



4.4.7.	Koefisien Determinasi .....	109
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	110
4.5.1	Gambaran Deskriptif Psikologi Konsumen, Karkteristik Konsumen dan <i>Country of Origin</i> dan Keputusan Pembelian .....	110
4.5.2	Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	111
4.5.3	Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	113
4.5.4	Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	115
4.5.5	Pengaruh Psikologi Kobsumen, Karakteristik Konsumen dan <i>Country of Origin</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	117
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>119</b>
5.1	Simpulan .....	119
5.2	Saran .....	120
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>122</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Merek <i>Smartphone</i> yang dipakai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2012 .....	5
Tabel I.2	Data Prasurvey Terhadap 20 Konsumen Pengguna <i>Smartphone</i> Samsung .....	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel .....	47
Tabel III.2	Tabel Skala Pengukuran Variabel .....	49
Tabel III.3	Kategori Skala .....	54
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	68
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan produk .....	69
Tabel IV.4	Rata-rata Skor Variabel Psikologi Konsumen ( $X_1$ ) .....	71
Tabel IV.5	Indikator Dorongan Pemenuhan Kebutuhan .....	72
Tabel IV.6	Indikator Kesesuaian Harga .....	73
Tabel IV.7	Indikator Pengaruh Produk Yang Ditawarkan Sebelumnya ....	74
Tabel IV.8	Indikator Pengaruh Iklan .....	74
Tabel IV.9	Indikator Pengalaman Pribadi .....	75
Tabel IV.10	Indikator Pengaruh dan Tanggapan dari Keluarga dan Teman	76
Tabel IV.11	Indikator Pertimbangan Status Sosial .....	76
Tabel IV.12	Indikator Pertimbangan Rasa Percaya Diri .....	77
Tabel IV.13	Rata-rata Skor Variabel Karakteristik Konsumen ( $X_2$ ) .....	78

Tabel IV.14	Indikator Usia .....	79
Tabel IV.15	Indikator Tingkat Pendapatan .....	80
Tabel IV.16	Indikator Tingkat Pendidikan .....	80
Tabel IV.17	Indikator Pengaruh Orang Disekitar Tempat Tinggal .....	81
Tabel IV.18	Indikator Lokasi Tempat Tinggal .....	82
Tabel IV.19	Indikator Penyalur Hobi .....	83
Tabel IV.20	Indikator Tingkat Kepercayaan Diri .....	83
Tabel IV.21	Indikator Gaya Hidup .....	84
Tabel IV.22	Rata-Rata Skor Variabel <i>Country Of Origin</i> ( $X_3$ ) .....	85
Tabel IV.23	Indikator Tingkat Inovasi .....	86
Tabel IV.24	Indikator Tingkat Kemajuan Negara Asal .....	87
Tabel IV.25	Indikator Tingkat <i>Prestise</i> Negara Asal .....	87
Tabel IV.26	Indikator Citra Negara Asal Sebagai Negara Maju .....	88
Tabel IV.27	Indikator Tingkat Desain Produksi .....	89
Tabel IV.28	Indikator Kreatifitas .....	89
Tabel IV.29	Indikator Kualitas Produksi .....	90
Tabel IV.30	Indikator Keunggulan Kualitas Produksi .....	91
Tabel IV.31	Rata-Rata Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	92
Tabel IV.32	Indikator Kualitas .....	93
Tabel IV.33	Indikator Harga .....	94
Tabel IV.34	Indikator Kebiasaan .....	94
Tabel IV.35	Indikator Manfaat Produksi .....	95
Tabel IV.36	Indikator Mendapatkan Manfaat .....	96
Tabel IV.37	Indikator Pengalaman Orang Lain .....	96

Tabel IV.38	Indikator Sesuai Keinginan .....	97
Tabel IV.39	Indikator Pembelian Ulang .....	98
Tabel IV.40	Rekapitulasi Nilai Rata-rata .....	98
Tabel IV.41	Hasil Uji Validitas .....	100
Tabel IV.42	Hasil Uji Reliabilitas .....	101
Tabel IV.43	Hasil Uji Multikolinearitas .....	103
Tabel IV.44	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	104
Tabel IV.45	Hasil Analisis Uji t .....	107
Tabel IV.46	Hasil Analisis Uji F .....	108
Tabel IV.47	Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	109



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Hierarki Kebutuhan Maslow .....	19
Gambar II.2	Proses Keputusan Pembelian .....	30
Gambar II.3	Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	68
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk .....	70
Gambar IV.4	Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas .....	102
Gambar IV.5	Grafik Normal Probability Plot .....	102
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	104

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan  $R^2$
- Lampiran 10 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 11 Surat UPT Bahasa
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 Tes Toefl
- Lampiran 14 Dokumentasi Foto