

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PRODUCT PACKAGING*
DAN *LOCATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HAPPY MILK TEA PADA *HAPPY DRINK* DI TOKO
ASENG PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : NURHAYA NOVALIYANTI
NIM : 302 14 11 072**

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

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2018**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nurhaya Novaliyanti
NIM : 302 14 11 072
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh *Product Quality*, *Product Packaging* Dan *Location* Terhadap Keputusan Pembelian *Happy Milk Tea* Pada *Happy Drink* Di Toko Aseng Pangkalpinang"

Pembimbing Utama

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

Pembimbing Pendamping

Khairiyansyah, S.E./M.M
NIP. 1979031520/2121005

Balunjuk, 27 Juli 2018
Ketua Jurusan Manajemen

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

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *PRODUCT PACKAGING*
DAN *LOCATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HAPPY MILK TEA PADA *HAPPY DRINK* DI TOKO
ASENG PANGKALPINANG**

Yang Diperiapkan dan Disusun Oleh : Nurhaya Novaliyanti
Nomor Induk Mahasiswa : 302 14 11 072

Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 08 Agustus 2018 dan telah
dinyatakan memenuhi syarat diterima

Tim Penguji

Ketua

Dr. Hamsani, S.E., M.Sc
NP. 506906008

Anggota

Christianingrum, S.Pd., M.M
NIP. 198704022014042001

Anggota

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

Anggota

Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 16 Agustus 2018
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen



Dekan
Dr. Renjati, S.E., M.Si.
NP. 507206007



Ketua Jurusan Manajemen
M. Tanggung, SE., M.Si.
NIP. 196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Quality, Product Packaging dan Location* terhadap Keputusan Pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah dilakukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau tertulis yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Sunggailiat, 27 Juli 2018

Penulis



Nurhaya Novaliyanti

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

- *Amalan yang Lebih dicintai Allah adalah Amalan yang Terus-menerus dilakukan walaupun sedikit
(Nabi Muhammad SAW)*
- *Boleh Jadi Kamu Membenci Sesuatu, Padahal Ia Amat Baik Bagi Kamu. Dan Boleh Jadi Kamu Mencintai Sesuatu, Padahal Ia Amat Buruk Bag Kamu. Allah Maha Mengetahui Sedangkan Kamu Tidak Mengetahui
(Al-Baqarah : 216)*
- *Barang Siapa Yang Keluar Dalam Menuntut Ilmu Maka Ia Adalah Seperti Berperang Di Jalan Allah Hingga Pulang
(HR. Tirmidzi)*
- *Jawaban Sebuah Keberhasilan Adalah Terus Belajar Dan Tak Kenal Putus Asa*

Persembahan

Yang utama dari segalanya

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi:

1. Ibunda dan ayahanda tercinta terimakasih telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, doa yang tiada henti dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat ku balas hanya dengan selembur kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.
2. Kakak kandungku Cahyari Ramadhon dan adik kandungku Safira Nofitriyani, tiada yang paling mengharukan saat berkumpul bersama kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, terima kasih atas doa dan dukungan kalian selama ini, maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya.
3. Teman terbaik serta kakak terhebatku Sarip Hidayattullah yang selalu memberikanku semangat serta dukungan mulai dari awal hingga selesai sudah tugas akhirku untuk memperoleh gelar sarjana ini.
4. Sahabatku, bumil cantikku Fernanda Meitiara yang tidak pernah bosan mengingatkan serta rela membantuku agar semangat menyelesaikan skripsi

ini, semua yang ku butuhkan mulai dari format latar belakang hingga lampiranpun dia berikan, terima kasih banyak.

5. Sahabat Mycan ku Nana, Oktafrema Dwika, Rani Andriani, Pebo Aprilia dan Reynila Sari yang telah menemani dari semester 1 hingga proses akhir ini suka dan duka telah kita lalui bersama, terima kasih untuk semuanya.
6. Teman satu kamar ku yang merupakan teman dari SMA Dini Papaetti yang selalu mendengar keluh kesahku terima kasih, juga untuk teman satu kostan ku Riza Eka Saputri dan Pebo Aprilia yang juga turut andil dalam memberikan semangat selama ini.
7. Teman sekelasku Manajemen 3 yang saling memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman KKN Kemuja yang juga tak pernah ku lupakan kenangan kita bersama khususnya wanita-wanita tangguh yang telah hidup bersama dibawah atap yang sama selama 40 hari di desa Kemuja.
9. Teman jurusanku Manajemen Pemasaran yang juga menjadi bagian dari penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta staf akademisi yang tak dapat ditulis namanya satu persatu, jurusan, BAAK, khususnya Fakultas Ekonomi dan jurusan Manajemen
11. Almamaterku, Universitas Bangka Belitung tempatku memperoleh ilmu dan meraih gelar sarjana strata 1.

ABSTRACT

Nurhaya Novaliyanti, 302 14 11 072. The Influence of Product Quality, Product Packaging, and Location to Happy Milk Tea Purchase Decision on Happy Drink in Aseng Shop Pangkalpinang.

This research was motivated by the rapid development of food and beverage industry that made the perpetrators of SMEs had to be smart in captivating the consumers. The more growing demand from consumers, the more it becomes a business opportunity for entrepreneurs. The purposes of this research were to know and analyze the influence of product quality, product packaging, and location to the purchase decision of Happy Milk Tea at Happy Drink in Aseng Shop Pangkalpinang.

This research was a quantitative descriptive research with the samples of 91 respondents, who came from consumers who bought Happy Milk Tea at Aseng Shop Pangkalpinang. Sampling technique was non-probability sampling with accidental sampling method. In this study, the independent variables consisted of product quality, product packaging, and location, while the dependent variable was the purchase decision. The testing instruments used were the validity and reliability test, while the data analysis method used multiple linear regression, t test, f test, and coefficient of determination (R^2).

The result of independent variables X_1 obtained $t_{count} (3.313) > t_{table} (1.988)$, variable X_2 $t_{count} (4.352) > t_{table} (1.988)$, and variable X_3 $t_{count} (3.648) > t_{table} (1.988)$. Then variable X_1 (product quality) had partial effect on Y (purchase decision), X_2 variable (product packaging) partially influenced Y (purchase decision), and X_3 (location) variable partially affected Y. The result of the test f showed that $f_{count} (44.197) > f_{table} (2.71)$, while the significance was $0.000 < 0.05$, then H_0 was rejected and H_a was accepted which indicated that the independent variables simultaneously affected the dependent variable significantly. The result of determination coefficient analysis (R^2) showed that the independent variable (product quality, product packaging, and location) influenced the dependent variables (purchasing decision) of 59% and the remaining 41% was influenced by other variables outside the research.

Keywords : Product Quality, Product Packaging, and Location

ABSTRAK

Nurhaya Novaliyanti, 302 14 11 072. Pengaruh *Product Quality*, *Product Packaging* dan *Location* terhadap Keputusan Pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan industri makanan dan minuman yang membuat para pelaku UMKM harus pandai dalam memikat hati para konsumen. Semakin banyaknya permintaan dari konsumen maka hal itu menjadi sebuah peluang bisnis bagi para wirausahawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *product quality*, *product packaging* dan *location* terhadap keputusan pembelian *Happy Milk Tea* pada *Happy Drink* di Toko Aseng Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel 91 responden, yaitu berasal dari konsumen yang membeli *Happy Milk Tea* di Toko Aseng Pangkalpinang. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *product quality*, *product packaging* dan *location*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian variabel independen X_1 diperoleh $t_{hitung} (3,313) > t_{tabel} (1,988)$, variabel X_2 $t_{hitung} (4,352) > t_{tabel} (1,988)$, dan variabel X_3 $t_{hitung} (3,648) > t_{tabel} (1,988)$. Maka variabel X_1 (*product quality*) berpengaruh secara parsial terhadap Y (keputusan pembelian), variabel X_2 (*product packaging*) berpengaruh secara parsial terhadap Y (keputusan pembelian), dan variabel X_3 (*location*) berpengaruh secara parsial terhadap Y (keputusan pembelian). Hasil uji f menunjukkan bahwa $f_{hitung} (44,197) > f_{tabel} (2,71)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel independen (*product quality*, *product packaging* dan *location*) mempengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 59% dan sisanya 41% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : *Product Quality*, *Product Packaging* dan *Location*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berkat rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-NYA yang telah memberikan kelancaran, kemudahan dan pertolongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Product Quality, Product Packaging dan Location terhadap Keputusan Pembelian Happy Milk Tea pada Happy Drink di Toko Aseng Pangkalpinang*” untuk mencapai gelar Sarjana pada jenjang studi Sarjana 1 (S1) jurusan Manajemen di Universitas Bangka Belitung.

Kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah mencurahkan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan 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. Bapak M. Tanggung, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
4. Bapak H. Sumar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I, yang telah berkenan menyediakan waktu demi membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan petunjuk.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademik di FE UBB khususnya jurusan manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
7. Ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan materi dan moril bagi penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan masukan dan bantuan dalam pengerjaan.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis sebagai manusia. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik. Penulis juga memohon maaf apabila didalam penelitian ini ada kata-kata yang kurang berkenan dihati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh penulis.

Sungailiat, 27 Juli 2018
Penulis,

Nurhaya Novaliyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11

2.1. Manajemen Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Konsep Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.2. <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	16
2.2.1 Pengertian <i>Product Quality</i>	16
2.2.2 Dimensi <i>Product Quality</i>	17
2.3. <i>Product Packaging</i> (Kemasan Produk)	18
2.3.1 Pengertian <i>Product Packaging</i>	18
2.3.2 Tujuan <i>Packaging</i>	19
2.3.3 Manfaat <i>Packaging</i>	20
2.3.4 Jenis-Jenis <i>Packaging</i>	21
2.3.5 Dimensi <i>Packaging</i>	23
2.4. <i>Location</i>	24
2.4.1 Pengertian <i>Location</i>	24
2.4.2 Dimensi <i>Location</i>	24
2.5. Keputusan Pembelian	25
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.5.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
2.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	29
2.6. Penelitian Terdahulu	30
2.7. Kerangka Berpikir	32

2.7.1	Gambaran <i>Product Quality</i> , <i>Product Packaging</i> , <i>Location</i> dan Keputusan Pembelian.....	33
2.7.2	Hubungan antara <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.7.3	Hubungan antara <i>Product Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.7.4	Hubungan antara <i>Location</i> terhadap Keputusan Pembelian	37
2.7.5	Hubungan <i>Product Quality</i> , <i>Product Packaging</i> dan <i>Location</i> terhadap Keputusan Pembelian	37
2.8.	Hipotesis	37
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1.	Pendekatan Penelitian	39
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40
3.3.1	Definisi Operasional Variabel	40
3.3.2	Pengukuran Variabel	43
3.4.	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel	44
3.5.	Metode Pengumpulan Data	45
3.5.1	Jenis Data	45
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	46

3.6. Analisis Data	47
3.6.1 Analisis Deskriptif	47
3.6.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	51
3.6.5 Uji Hipotesis	51
3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1 Profil Singkat <i>Happy Milk Tea</i>	54
4.1.2. Visi dan <i>Misi Happy Milk Tea</i>	55
4.1.2.1. Visi	55
4.1.2.2. Misi	55
4.1.3 Struktur Organisasi <i>Happy Milk Tea</i>	56
4.2. Hasil Deskriptif Penelitian	57
4.2.1. Hasil Deskriptif Karakteristik Penelitian Responden	57
4.2.2. Hasil Statistik Deskriptif	60
4.2.3. Rekapitulasi Deskriptif Variabel	77
4.3. Hasil Analisis Data	78
4.3.1. Uji Validitas	78
4.3.2. Uji Reliabilitas	79
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	79
4.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	84

4.3.5. Uji t	85
4.3.6. Uji f	87
4.3.7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.4. Pembahasan	89
4.4.1. Karakteristik Responden	89
4.4.2. Gambaran Umum <i>Product Quality</i> , <i>Product Packaging</i> , <i>Location</i> dan Keputusan Pembelian	90
4.4.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian	95
4.4.4. Pengaruh <i>Product Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian	97
4.4.5. Pengaruh <i>Location</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	98
4.4.6. Pengaruh <i>Product Quality</i> , <i>Product Packaging</i> dan <i>Location</i> terhadap Keputusan Pembelian	99
BAB V PENUTUP	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Penjualan <i>Happy Milk Tea</i> dan <i>O'bean Thai Tea</i>	3
Tabel I.2	Data Prasurvey <i>Happy Milk Tea</i>	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel III.1	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	41
Tabel III.2	Skor Skala Likert	43
Tabel III.3	Data Pengunjung <i>Happy Milk Tea</i>	44
Tabel III.4	Kategori Skala	48
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	59
Tabel IV.5	Indikator Manfaat	61
Tabel IV.6	Indikator Efektifitas	61
Tabel IV.7	Indikator Memiliki Perbedaan	62
Tabel IV.8	Indikator Memiliki Tambahan Produk	62
Tabel IV.9	Indikator Komposisi Milk Tea Sesuai dengan Keterangan pada Label	63
Tabel IV.10	Indikator Terdaftar di MUI	63
Tabel IV.11	Indikator Produk dapat Bertahan Lama	64
Tabel IV.12	Indikator Kualitas Baik	64
Tabel IV.13	Indikator Harga Sesuai Kualitas	64
Tabel IV.14	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	65

Tabel IV.15 Indikator Warna	66
Tabel IV.16 Indikator Tipografi	66
Tabel IV.17 Indikator Gambar	67
Tabel IV.18 Indikator Bentuk dan Ukuran	67
Tabel IV.19 Indikator Material	68
Tabel IV.20 Indikator Informasi Tanggal Produksi	68
Tabel IV.21 Indikator Informasi Tanggal <i>Expired</i>	69
Tabel IV.22 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel <i>Product Packaging</i>	69
Tabel IV.23 Indikator Mudah dilalui	70
Tabel IV.24 Indikator Mudah dijangkau	70
Tabel IV.25 Indikator Berada di Jalan Raya	71
Tabel IV.26 Indikator Mudah dilihat	71
Tabel IV.27 Indikator Luas	72
Tabel IV.28 Indikator Aman	72
Tabel IV.29 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel <i>Location</i>	73
Tabel IV.30 Indikator Jenis Varian Rasa	73
Tabel IV.31 Indikator Rekomendasi	74
Tabel IV.32 Indikator <i>Brand</i> yang dimiliki	74
Tabel IV.33 Indikator Tingkat Kepercayaan Merek	75
Tabel IV.34 Indikator Jumlah Produk yang <i>Ready Stock</i>	75
Tabel IV.35 Indikator Jumlah Varian Rasa	76
Tabel IV.36 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ...	76
Tabel IV.37 Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel	77

Tabel IV.38 Hasil Uji Validitas	78
Tabel IV.39 Hasil Uji Reliabilitas	79
Tabel IV.40 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel IV.41 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel IV.42 Hasil Analisis Uji t	86
Tabel IV.43 Hasil Analisis Uji f	87
Tabel IV.44 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	88



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Konsep Inti Pemasaran	14
Gambar II.2	Proses Keputusan Pembelian	28
Gambar II.3	Kerangka Berpikir	33
Gambar IV.1	Produk <i>Happy Milk Tea</i>	54
Gambar IV.2	Struktur Organisasi <i>Happy Milk Tea</i>	56
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar IV.4	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar IV.5	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Gambar IV.6	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	60
Gambar IV.7	Hasil Uji Normalitas	80
Gambar IV.8	Hasil Uji Heterokedastisitas	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran 3	Hasil Karakteristik Responden
Lampiran 4	Hasil Uji Deskriptif
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 8	Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji f dan R^2

