

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH ASURANSI JIWA PRUDENTIAL
(STUDI KASUS *MIRACLE AGENCY* PANGKALPINANG)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : SELVIA
NIM : 302 11 11 045**

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

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



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SELVIA
NIM : 302 11 11 045
Program Studi : Manajemen
Judul Proposal : "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa *Prudential* (Studi Kasus *Miracle Agency* Pangkalpinang)"

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

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

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

Balunijuk, 10 Maret 2016
Ketua Jurusan Manajemen

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

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH ASURANSI JIWA PRUDENTIAL (STUDI KASUS MIRACLE AGENCY PANGKALPINANG

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Selvia
Nomor Induk Mahasiswa : 302 11 11 045

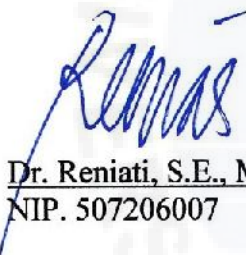
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 8 Maret 2016 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

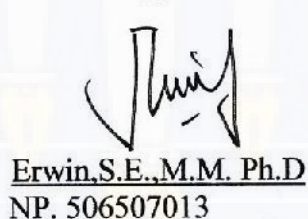
Tim Penguji :

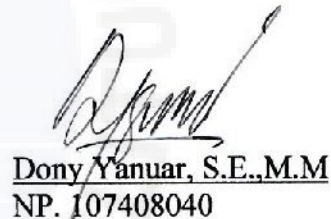
Ketua

Anggota

Anggota


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


Erwin, S.E., M.M. Ph.D
NP. 506507013


Dony Yanuar, S.E., M.M
NP. 107408040

Balunujuk, 8 Maret 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.
NP. 198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: “ Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Prudential (Studi Kasus *Miracle Agency* Pangkalpinang)”, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana 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 terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan hukuman yang berlaku”.

Balunijuk, 1 Maret 2016

Penulis



Selvia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Penghargaan tertinggi untuk “Kerja Keras” bukanlah apa yang dihasilkan, melainkan bagaimana kita berkembang karenanya. (Andri wongso).

No one saves us but ourselves. No one can and no one may. We ourselves must walk the path (Buddha)

Jika kita mempunyai keinginan yang kuat dalam hati, maka seluruh alam semesta akan bahu-membahu mewujudkannya. (Ir. Soekarno)

If you cannot do great things, do small things in a great way (Napoleon Hill)

Tidak ada orang lain yang bias membuat anda menderita kecuali anda mengizinkannya (Ajahn Bram)

Ketika seseorang menghina kamu, itu adalah sebuah pujian bahwa selama ini mereka menghabiskan banyak waktu memikirkanmu, bahkan ketika kamu tidak memikirkan mereka (BJ.Habibie)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini, saya persembahkan dengan segenap rasa kepada:

- 1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan jalan kemudahan bagi penulis.*
- 2. Buddha, Dhamma, dan Sangha yang selalu menuntun, membimbing, dan melindungiku dalam segala hal*
- 3. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan materil serta doa yang tulus untuk keberhasilan penulis.*
- 4. Sahabat-sahabat terbaikku yang selalu ada disaat suka maupun duka.*
- 5. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung*
- 6. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.*

ABSTRACT

Selvia. 302 11 11 045. The Effects of Customer Value and Trust on Loyalty to Prudential Life Insurance (Case Study of Miracle Agency, Pangkalpinang)

Prudential was established in 1995. PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) is a part of Prudential plc, a well-known financial service group in England. As a part of a group that has more than 167 years of experience in life insurance, Prudential Indonesia has a commitment to develop its business in Indonesia.

This study aims to determine how much effect do customer value and trust have on the loyalty they have to Prudential Life Insurance carried by Miracle Agency Pangkalpinang, both partially and simultaneously, and to determine which independent variable has the most effects on the dependent variable.

This is a descriptive quantitative study with a sample of 333 respondents and purposive sampling as its sampling technique. In this study, the independent variables are customer value and trust, while the dependent variable is customer loyalty. The instrument testing uses validity and reliability tests. The analysis method uses multiple regression analysis using t test and F test.

The result shows that in the t test, the result of: $(X_1) \rightarrow t_{count} (8,513) > T_{table} (1,9671)$; $X_2 \rightarrow t_{count} (6,382) > T_{table} (1,9671)$. Therefore, both X_1 and X_2 have partial effects on Y. The F test shows that $F_{count} (94,445) > F_{table} (3,023)$, while the significance is $0,000 < \alpha$ at the level of significance 0,05, hence H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that the independent variables simultaneously affect the dependent variable significantly. The coefficient of determination (Adjusted R Square) value is 0,360 or 36%, which means that customer loyalty can be explained by customer value and trust.

Keywords : Customer Value, Trust, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Selvia. 302 11 11 045. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Prudential (Studi Kasus *Miracle Agency* Pangkalpinang)

Prudential Didirikan pada tahun 1995, PT *Prudential Life Assurance* (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari Grup yang berpengalaman lebih dari 167 tahun di industri asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh antara nilai pelanggan dan kepercayaan secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas nasabah Prudential (*Miracle Agency*) Pangkalpinang dan untuk mengetahui variabel independen manakah yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah asuransi Prudential (*Miracle Agency*) Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 333 responden sedangkan teknik pengambilan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari nilai pelanggan dan kepercayaan, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t dan uji F.

Hasil penelitian variabel independen (X_1) diperoleh t_{hitung} (8,513) $> T_{tabel}(1,9671)$, dan variabel X_2 t_{hitung} (6,382) $> T_{tabel}(1,9671)$. Maka variabel X_1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y dan variabel X_2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y Hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} (94,445) $> F_{tabel}$ (3,023), 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. Sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,360 atau 36% yang berarti variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel nilai pelanggan dan kepercayaan.

Kata kunci : Nilai Pelanggan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala kehendak, rahmat, serta karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Prudential Studi Kasus *Miracle Agency Pangkalpinang*”. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak yang selalu mendukung penulis. Penulis juga menyadari bahwa penyusunan skripsi ini memiliki berbagai kekurangan baik dari segi isi atau materi serta penyusunan tata kata dan kalimatnya. Untuk itu, penulis dengan rendah hati mengharapkan segala saran dan kritikan yang membangun dari semua pihak sehingga dapat menjadi masukan agar ke depannya skripsi ini dapat lebih baik lagi dan bermanfaat bagi berbagai pihak-pihak yang membutuhkan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung sekaligus Dosen Pembimbing Utama.
3. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung sekaligus Dosen Pembimbing Pendamping.
4. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung sekaligus Dosen Pembimbing Pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing,

memberikan masukan dan motivasi, serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dosen dan seluruh staf pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan pelajaran berharga, serta membuka pikiran dan wawasan keilmuan kami.
6. Seluruh staf AAK, AUK, dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang telah membantu dalam proses perkuliahan sampai proses skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang berkepentingan di *Miracle Agency* Pangkalpinang yang telah memberikan kesempatan dan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di *Miracle Agency* sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kedua orang tua tercinta, mamaku **Bong Anyo** dan papaku **Tjiu Tjit Men** yang merupakan anugerah terindah dihidup penulis dengan segala dukungan moral maupun materil, doa, kesabaran, dan motivasinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
9. Sahabat-sahabatku tercinta yang selalu ada di saat suka maupun duka: **Hevi, Dennis (Alm), Riska, Rita, Bur, Sera, Monika, Nelvianti, Kian, Meriam, Gunawan, Wendy, Yessi, Men Ho, Murdiono, Rachmat, Pasterwin dan Devita**. Terima kasih atas segala dukungan, motivasi, doa dan waktu yang telah kita lewati selama ini. Love You My Second Family.
10. Teman-teman Seperjuangan yang telah membantu dalam mencapai gelar sarjana: **Yessy, Wendy, Kian, Dewi, Rassi, Putra, Selly, Riska, Rita, Sera, Monika, Rachmat, dan Merri**.
11. Teman-teman Manajemen (MN2) angkatan 2011: **Yessy, Wendy, Rassi, Selly, Dewi, Putra, Reksi, Ayu, Yulia, Devy, dan Uswatun** yang telah memberikan dukungan, bantuan dan motivasi, serta kenangan yang tak terlupakan selama masa kuliah. Terima kasih karena telah menjadi bagian perjalanan hidup ini dan bersama-sama berjuang dalam mencapai gelar sarjana ini.
12. Semua teman-teman angkatan 2011, maupun beberapa adik-adik tingkat yang tidak biasa disebutkan satu per satu.

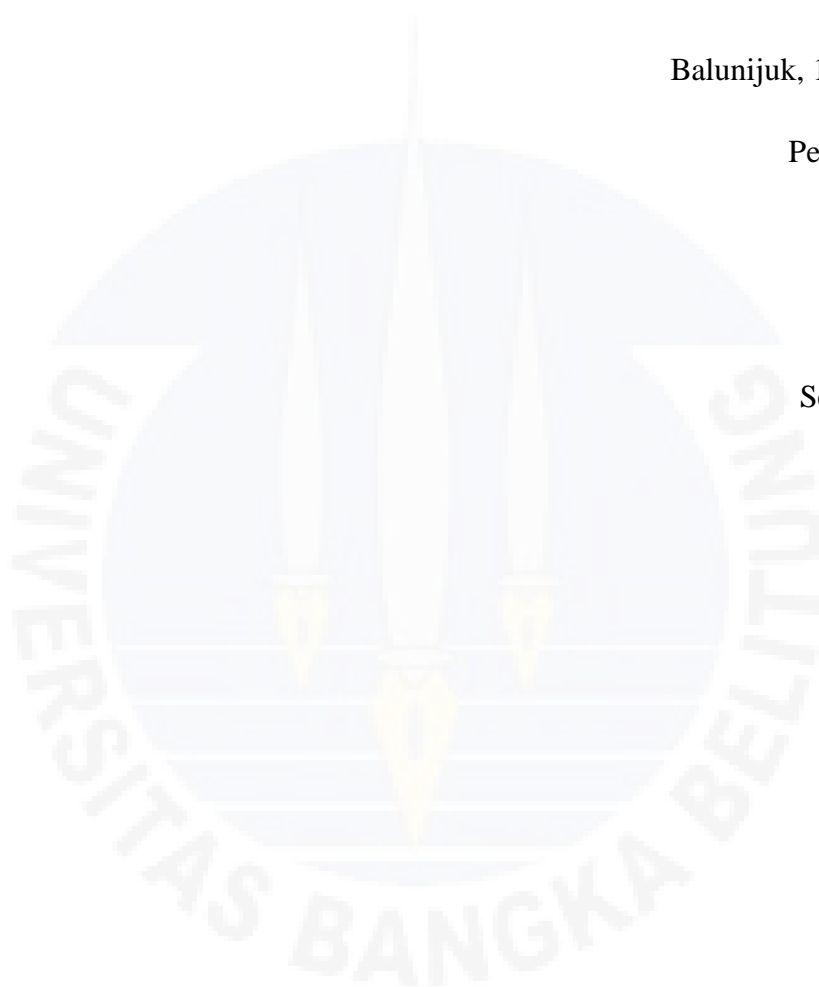
13. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebut satu per satu yang telah membantu penulis memperoleh gelar sarjana.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah wawasan pengetahuan kita.

Balunjuk, 1 Maret 2016

Penulis

Selvia



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori.....	11

2.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2	Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.3	Konsep Pemasaran.....	12
2.1.4	Filosofi Pemasaran	14
2.1.5	Konsep Pemasaran Sosial.....	19
2.1.6	Pengertian Pemasaran Jasa	20
2.1.6.1	Karakteristik Jasa.....	20
2.1.7	Pengertian Nilai Pelanggan	22
2.1.7.1	Konsep Nilai Pelanggan	22
2.1.7.2	Peningkatan Nilai Pelanggan.....	23
2.1.7.3	Dimensi Nilai Pelanggan.....	25
2.1.7.4	Penentuan Nilai Pelanggan.....	27
2.1.7.5	Nilai Atribut.....	27
2.1.8	Kepercayaan Konsumen	28
2.1.8.1	Kepercayaan Konsumen Tentang Atribut Produk	28
2.1.9	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	30
2.1.9.1	Karakteristik Loyalitas Konsumen	31
2.1.9.2	Aspek-aspek Loyalitas Konsumen	31
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Pemikiran.....	36
2.3.1	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37

2.3.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.3	Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.4	Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran variabel	40
3.3.1	Definisi Operasional	40
3.3.2	Pengukuran Variabel	43
3.4	Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	44
3.5	Metode Pengumpulan Data	45
3.6	Analisis Data	46
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	47
3.6.2	Analisis Statistik Verifikatif	48
3.6.3	Uji Validitas.....	48
3.6.4	Uji Reabilitas	49
3.6.5	Uji Asumsi Klasik	49
3.6.6	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T).....	51
3.6.7	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	52

3.6.8	Analisis Regresi Berganda	53
3.6.9	Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Prudential Life Assurance dan Miracle Agency Pangkalpinang ..	54
4.1.1	Profil Singkat Prudential <i>Life Assurance</i>	54
4.1.2	Profil Singkat Miracle Agency Pangkalpinang.....	55
4.1.3	Visi dan Misi	56
4.1.3.1	Visi	56
4.1.3.2	Misi	56
4.1.4	Struktur Organisasi Prudential Life Assurance	56
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Hasil Karakteristik Responden.....	58
4.2.2	Hasil Deskriptif Variabel	62
4.3	Hasil Analisis Data.....	81
4.3.1	Uji Validitas	81
4.3.2	Uji Reabilitas.....	82
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
4.3.5	Uji Parsial atau Uji T.....	88
4.3.6	Uji Simultan atau Uji F	90
4.3.7	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	92
4.4	Pembahasan	93

4.4.1 Hasil Karakteristik Responden.....	93
4.4.2 Hasil Deskriptif Variabel	93
4.4.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Prudential <i>Miracle Agency</i> Pangkalpinang	94
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Prudential <i>Miracle Agency</i> Pangkalpinang	94
4.4.5 Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Prudential <i>Miracle Agency</i> Pangkalpinang	95
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	97
5.3 Batasan Penelitian.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Premi Asuransi Jiwa Indonesia	
Tahun 2010-2014	2
Tabel 1.2 Pendapatan Premi <i>Prudential Life Assurance</i>	
Tahun 2010-2014	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional Penelitian	41
Tabel 3.2 Skor Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 3.3 Kategori Skala	48
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Tabel 4.4 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Kerja	61
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Produk dan Manfaat	62
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Produk dan Manfaat	63
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Produk dan Manfaat	64
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Produk dan Manfaat	64
Tabel 4.9 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Pelayanan.....	65
Tabel 4.10 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Pelayanan.....	66
Tabel 4.11 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Pelayanan.....	66

Tabel 4.12 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Harga	67
Tabel 4.13 Hasil Penelitian Deskriptif Nilai Harga	68
Tabel 4.14 Rata-rata Nasabah Terhadap Nilai Pelanggan	68
Tabel 4.15 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Produk.....	69
Tabel 4.16 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Produk.....	70
Tabel 4.17 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Manfaat.....	71
Tabel 4.18 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Manfaat.....	71
Tabel 4.19 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Manfaat.....	72
Tabel 4.20 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Perusahaan	73
Tabel 4.21 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan Perusahaan	73
Tabel 4.22 Rata-rata Nasabah Terhadap Kepercayaan	74
Tabel 4.23 Hasil Penelitian Deskriptif Kepuasan	75
Tabel 4.24 Hasil Penelitian Deskriptif Kepuasan	76
Tabel 4.25 Hasil Penelitian Deskriptif Ikatan Emosi.....	76
Tabel 4.26 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan	77
Tabel 4.27 Hasil Penelitian Deskriptif Kepercayaan	78
Tabel 4.28 Hasil Penelitian Deskriptif Kemudahan dan Pengalaman	79
Tabel 4.29 Rata-rata Nasabah Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.31 Hasil Uji Reabilitas	82
Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolonieritas	85
Tabel 4.33 Hasil Analisis Linier Berganda.....	87
Tabel 4.34 Hasil Uji T.....	89

Tabel 4.35 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R_2).....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pendapatan Premi Asuransi Indonesia	2
Gambar 1.2	Pendapatan Premi Prudential Life Assurance	4
Gambar 2.1	Kerangka pemikiran	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Prudential Life Assurance	57
Gambar 4.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 4.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 4.4	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Gambar 4.5	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Kerja.	61
Gambar 4.6	Hasil Uji Normalitas	83
Gambar 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 8 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 9 Surat Keterangan UPT Pusat Bahasa
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi