

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK DAN
BRAND TRUST TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PRODUK TV POLYTRON
(STUDI KASUS PADA TOKO MAJU JAYA
PASAR SUNGAILIAT KABUPATEN
BANGKA)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : FIQIH ALGHAFIRI
NIM : 302 12 11 032**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2017**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fiqih Alghafiri
NIM : 302 12 11 032
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Produk TV Polytron Studi Kasus Pada Toko Maju Jaya Pasar Sungailiat Kabupaten Bangka"

Pembimbing Utama

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

Pembimbing Pendamping

Dr. Reniati S.E.M.si
NIP. 507206007

Balunujuk, 17 Januari 2017
Ketua Jurusan Manajemen

M. Tanggung S.E.M.si
NIP. 196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

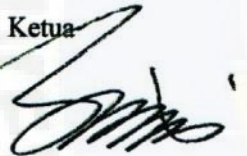
**PENGARUH *BRAND IMAGE*, INOVASI PRODUK DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK TV POLYTRON (STUDI
KASUS PADA TOKO MAJU JAYA PASAR SUNGAILIAT)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh : **Fiqih Alghafiri**

Nomor Induk Mahasiswa : **302 12 11 032**

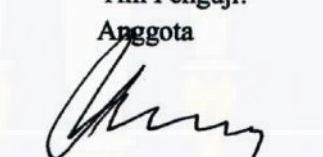
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal, 17 Januari 2017 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua


H. Sumar, S.E., M.M
NP. 5068050515

Tim Penguji:

Anggota


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

Anggota


Khairiyansyah, S.E., M.M
NIP.197903152012171005

Balunijuk, 17 Januari 2017
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


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

Ketua Jurusan Manajemen


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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Brand Image, Inovasi Produk Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Toko Maju Jaya Elektronik Pasar Sungailiat Kabupaten Bangka)”**, 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”.

Balunjuk, 13 Januari 2017

Penulis



r iqih Alghafiri
NIM. 302 12 11 032

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya amal perbuatan itu tergantung pada niatnya” (H.R Bukhari dan Muslim)

“Memohonlah kepada Allah ilmu yang bermanfaat dan berlindunglah kepada Allah dari ilmu yang tidak bermanfaat” (H.R Ibnu Majah)

“Dimanapun posisi roda kehidupanmu, baik itu sedang berada diatas (berjaya) maupun dibawah (terpuruk), tetaplah ingat dan bersyukur janganlah pernah engkau lupakan Allah SWT “

Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Allah SWT yang Maha pengasih lagi maha penyayang atas segala nikmat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga tidak ada alasan bagi penulis untuk berhenti bersyukur kepadanya. “Alhamdulillah”
- Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan yang baik kepada seluruh umatnya termasuk penulis, dimana telah mendorong penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi kedepannya.

- Kedua orang tuaku tercinta yaitu Ibu Rusminingsih dan Bapak Zainal Arifin yang selalu mendo'akan anaknya, yang selalu memberikan nasihat, dorongan atau motivasi, kasih sayangnya, serta bantuan baik moril maupun materiil dan selalu ada untukku dalam keadaan apapun.
- Untuk adik dan Kakak kandungku tercinta yaitu Angga Pratama, Nabilah Deva syafira dan Chelsa Nasikah Alvina yang selalu memberikan dukungannya dan selalu bisa membuatku ceria bila sedang di dekat mereka.
- Kakek dan nenekku tercinta baik itu dari sebelah ibu maupun sebelah ayah yang telah memberikan do'a dan motivasinya.
- Sepupu-sepupuku, Rizky, Egar, Aldo dan yang lainnya yang selalu memberikan dukungannya.
- Keluarga besarku terima kasih atas doa dan dukungannya.
- Seluruh teman-teman Manajemen 2 angkatan 2012 yang selalu berbagi ilmu yang bermanfaat dan saling mendukung satu sama lain.
- Teman-teman KKN Tematik angkatan X Desa Kota Pangkalniur yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungannya.
- Semua pihak yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan do'a, bantuan dan dukungannya. Terima kasih.
- Almamater tercinta, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Fiqih Alghafiri. 302 12 11 032. *The Influence of Brand Image, Product Innovation, and Brand Trust on Brand Loyalty of the Product of TV Polytron (A Case Study at Toko Maju Jaya, Sungailiat Market, Bangka Regency)*

This purpose of this research is to review and to analyze the influence of brand image, product innovation, and brand trust on brand loyalty of the product of TV Polytron either partially or simultaneously.

This is descriptive quantitative research with a total sample of 112 respondents that consists of consumer who buys the product of TV polytron at Toko Maju Jaya, while the sampling technique is simplified using slovin formula. The independent variable of this research consists of brand Image, product Innovation and Brand Trust, while dependent variable is Brand Loyalty. The test of instrument uses validity test and reliability test. The method of data analysis uses multiple linear regressions with t test and F test.

The result of this research is independent variable (X_1) Obtained $T_{\text{value}} 4.078 > T_{\text{tabel}} (1.98137)$, variable (X_2) $T_{\text{value}} 5.754 > T_{\text{tabel}} (1.98137)$, and variable (X_3) $T_{\text{value}} 3.285 > T_{\text{tabel}} (1.98137)$. This variable X_1 has influence variable Y partially, variable X_2 also has influence variable Y partially and variable X_3 also has influence variable Y partially. The result of F test indicates that $F_{\text{value}} (51.415) > F_{\text{table}} (2,69)$, while the significance is $0.000 < \alpha$ on the significance level of 0.05, then H_0 is rejected and H_a is accepted which means that independent variable simultaneously influence dependent variable significantly. The coefficients of determination (Adjusted R square) is 0.577 or 57.7% that means variable of brand loyalty can be explained by variable of brand image, product innovation, and brand trust.

Keywords : *Brand image, product innovation, brand trust, brand loyalty*

ABSTRAK

Fiqih Alghafiri. 302 12 11 032. Pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Produk TV Polytron (Studi Kasus Pada Toko Maju Jaya Pasar Sungailiat Kabupaten Bangka).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *Brand Image*, Inovasi Produk dan *Brand Trust* terhadap *brand loyalty* produk TV Polytron secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden yang terdiri dari Konsumen Yang Membeli Produk TV Polytron Di toko Maju Jaya sedangkan teknik pengambilan sampel disederhanakan dengan menggunakan rumus slovin. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *Brand Image*, Inovasi Produk dan *Brand Trust*, sedangkan variabel terikatnya adalah *brand loyalty*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji T dan uji F.

Hasil penelitian variabel independen (X_1) diperoleh $T_{hitung} 4,078 > T_{tabel} (1,98137)$, variabel (X_2) $T_{hitung} 5,754 > T_{tabel} (1,98137)$ dan variabel (X_3) $T_{hitung} 3,285 > T_{tabel} (1,98137)$. Maka variabel X_1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, variabel X_2 juga berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y dan variabel X_3 juga berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (51,415) > F_{tabel} (2,69)$, 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 0,577 atau 57,7% yang berarti variabel *brand loyalty* dapat dijelaskan oleh variabel *Brand Image*, Inovasi Produk dan *Brand Trust*.

Kata kunci : *Brand Image*, Inovasi Produk, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*

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 kesarjanaan 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 Thoyib, S.E., M.M** sebagai dosen pembimbing utama dan **Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si** 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. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak M.Tanggung, S.E. MSi. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
6. Kepada Pemilik Toko Maju Jaya Elektronik Pasar Sungailiat Bangka.
7. Teman-teman seperjuangan khususnya Angkatan 2012.

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

Balunijuk, 17 Januari 2017

Penulis,

Fiqih Alghafiri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Produk	14
2.2.1 Pengertian Produk	14

2.2.2	Klasifikasi Produk	14
2.2.3	Tingkatan Produk	15
2.3	<i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	16
2.3.1.	Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	16
2.3.2	Fungsi <i>Brand Loyalty</i>	17
2.3.3	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	18
2.3.4	Pengukuran <i>Brand Loyalty</i>	22
2.3.5	Strategi Untuk Memelihara Dan Meningkatkan <i>Brand Loyalty</i>	24
2.4.	<i>Brand Image</i>	26
2.4.1	Pengertian <i>Brand image</i>	26
2.4.2	Ukuran <i>Brand Image</i>	27
2.4.3	Masalah Utama Penciptaan <i>Brand Image</i>	27
2.4.4	Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	29
2.4.5	Dimensi <i>Brand Image</i>	30
2.5	Inovasi Produk	31
2.5.1	Pengertian Inovasi Produk	31
2.5.2	Hal Yang Mempengaruhi Pengadopsian Inovasi	33
2.5.3	Lima Ciri Yang Mempengaruhi Tingkat Penggunaan Inovasi	32
2.6	<i>Brand Trust</i>	33
2.6.1	Pengertian <i>Brand Trust</i>	33
2.6.2	Dimensi <i>Brand Trust</i>	34
2.6.3	Komponen Kepercayaan Merek	34
2.7	Penelitian Terdahulu	35

2.8 Kerangka Pemikiran	41
2.8.1 Gambaran <i>Brand Image</i> , Inovasi Produk, <i>Brand Trust</i> Dan <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	44
2.8.2 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	44
2.8.3 Hubungan Inovasi Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	44
2.8.4 Hubungan <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	45
2.8.5 Hubungan <i>Brand Image</i> , Inovasi Produk dan <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	46
2.8 Hipotesis	47

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	49
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	50
3.3 Populasi Dan Sampel	50
3.3.1 Populasi	50
3.3.2 Sampel	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data	51
3.4.1 Wawancara	51
3.4.2 Observasi	52
3.4.3 Kuesioner	52
3.4.4 Metode Literatur	53
3.5 Jenis Data	53
3.6 Definisi Operasional Variabel	54
3.7 Teknik Analisis Data	56

3.7.1 Analisis Deskriptif Dan Analisis Verifikatif	56
3.7.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas	58
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	59
3.7.3.1 Normalitas	59
3.7.3.2 Multikolinieritas	59
3.7.3.3 Heteroskedastisitas	60
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.7.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	62
3.7.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	63
3.7.7 Analisis Koefisien Determinasi	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Toko Maju Jaya Elektronik	65
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	66
4.2.1 Karakteristik Responden	66
4.2.2 Hasil Karakteristik Responden	66
4.2.3 Hasil Deskriptif Variabel	69
4.3 Hasil Analisis Data	95
4.3.1 Uji Validitas	95
4.3.2 Uji Reliabilitas	96
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	97
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	101
4.3.5 Uji Parsial Atau Uji T	103
4.3.6 Uji Simultan Atau Uji F	105
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi	107

4.4 Pembahasan	108
4.4.1 Karakteristik Responden	108
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	108
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	109
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	109
4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Inovasi Produk Dan <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk TV Polytron	110

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	111
5.2 Saran	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Model Inovasi TV Polytron Di Toko Maju Jaya	5
Tabel I.2	Hasil Survey Pra Penelitian	7
Tabel II.1	Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu Dan Sekarang	40
Tabel III.1	Skala Pengukuran Variabel	53
Tabel III.2	Definisi Operasional Variabel	54
Tabel III.4	Kategori Skala	57
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel IV.3	Hasil Penelitian Deskriptif Citra Pembuat.....	69
Tabel IV.4	Hasil Penelitian Deskriptif Citra Pembuat	69
Tabel IV.5	Hasil Penelitian Deskriptif Citra Pemakai	70
Tabel IV.6	Hasil Penelitian Deskriptif Citra Pemakai	71
Tabel IV.7	Hasil Penelitian Deskriptif Citra Produk	72
Tabel IV.8	Hasil Penelitian Deskriptif Citra Produk	72
Tabel IV.9	Rata-rata Penilaian Konsumen Terhadap <i>Brand Image</i>	73
Tabel IV.10	Hasil Penelitian Deskriptif Keunggulan Relatif	74
Tabel IV.11	Hasil Penelitian Deskriptif Keunggulan Relatif	75
Tabel IV.12	Hasil Penelitian Deskriptif Kompatibilitas	76
Tabel IV.13	Hasil Penelitian Deskriptif Kompatibilitas	76
Tabel IV.14	Hasil Penelitian Deskriptif Kompleksitas	77
Tabel IV.15	Hasil Penelitian Deskriptif Kompleksitas	78
Tabel IV.16	Hasil Penelitian Deskriptif Divisibilitas	79
Tabel IV.17	Hasil Penelitian Deskriptif Divisibilitas	79

Tabel IV.18	Hasil Penelitian Deskriptif Komunikabilitas	80
Tabel IV.19	Hasil Penelitian Deskriptif Komunikabilitas	81
Tabel IV.20	Rata-Rata Penilaian Mahasiswa Terhadap Inovasi Produk	82
Tabel IV.21	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Dimension of Viability</i>	82
Tabel IV.22	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Dimension of Viability</i>	83
Tabel IV.23	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Dimension of Intentionality</i>	84
Tabel IV.24	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Dimension of Intentionality</i>	85
Tabel IV.25	Rata-Rata penilaian Mahasiswa Terhadap <i>Brand Trust</i>	85
Tabel IV.26	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Perilaku	86
Tabel IV.27	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Perilaku	86
Tabel IV.28	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Biaya Peralihan	88
Tabel IV.29	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Biaya Peralihan	88
Tabel IV.30	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Kepuasan	89
Tabel IV.31	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Kepuasan	90
Tabel IV.32	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Kesukaan	91
Tabel IV.33	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Kesukaan	92
Tabel IV.34	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Komitmen	92
Tabel IV.35	Hasil Penelitian Deskriptif Pengukuran Komitmen	93
Tabel IV.36	Rata-Rata penilaian Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	94
Tabel IV.37	Hasil Uji Validitas	95
Tabel IV.38	Hasil Uji Reliabilitas	96
Tabel IV.39	Hasil Uji Multikolinieritas	99
Tabel IV.40	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	101
Tabel IV.41	Hasil Uji T	104
Tabel IV.42	Hasil Uji F	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Data Penjualan TV Tahun 2015	3
Gambar I.2	Data Penjualan TV Toko Maju Jaya Elektronik Bulan Januari Hingga Desember Tahun 2015	4
Gambar I.3	Model Inovasi TV Polytron Di Toko Maju Jaya Elektronik ...	5
Gambar I.4	Hasil Survei Pra Penelitian	6
Gambar II.1	Piramida <i>Brand Loyalty</i> (1)	21
Gambar II.2	Piramida <i>Brand Loyalty</i> (2)	21
Gambar II.3	Kerangka Pemikiran	42
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Gambar IV.4	Hasil Uji Normalitas	98
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas	98
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	100

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 UPT Pusat Bahasa
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi