

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* , LOKASI TOKO ,DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINATBELI  
KONSUMEN PADA TOKO M.LUSY  
PANGKALPINANG**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :**

**NAMA : UNTARI JULITA**

**NIM : 302 11 11 084**

**Di ajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

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



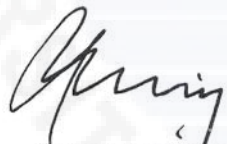
**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

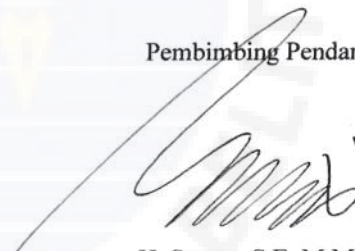
**LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Untari Julita  
NIM : 302 11 11 084  
Jurusan : Manajemen  
Judul usulan penelitian : "Pengaruh *Store Atmosphere* (suasana toko), Lokasi Toko, Dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Kosumen pada Toko M.Lusy Pangkalpinang "

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

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

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

Balunijuk, 12 Januari 2017  
Ketua Jurusan Manajemen

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

**PENGESAHAN SKRIPSI**


**SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE (SUASANA TOKO),LOKASI, DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA M.LUSY PANGKALPINANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh: **UNTARI JULITA**  
Nomor Induk Mahasiswa: **302 11 11 084**

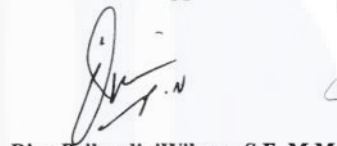
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal, **12 Januari 2017** dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

**Ketua**




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

**Anggota**



**Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M.**  
NIP.198207222014042002

**Anggota**



**Hidayati, S.E., M.M.**  
NP. 506306010

Balunijuk, 12 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 *Store Atmosphere*, Lokasi Toko, dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada toko M.Lusy 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”.

Balunujuk, 12 Januari 2017

Penulis



Untari Julita

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

*Sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya karena Allah SWT.*

*Keberhasilan adalah sebuah proses. Niatmu adalah awal keberhasilan. Peluh keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah pewarnanya. Sungguh bersama kesukaran dan keringanan. Karna itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang lain). Dan kepada Tuhan, berharaplah. (Q.S Al Insyirah*

*:6-8)*

*Aku percaya bahwa apapun yang aku terima saat ini adalah yang terbaik dari Tuhan dan aku percaya Dia akan selalu memberikan yang terbaik untukku pada waktu yang telah Ia tetapkan.*

*“Wa man jaahada fa - innamaa yujaahidu linafsihi.” (Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri) - QS Al-Ankabut :6*

**SKRIPSI INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK :**

- Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama dan Ayah tercinta, motivator terbesar dalam hidup saya yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangi saya, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarkan saya sampai kini. Tak pernah cukup saya membalas cinta Mama dan Ayah pada saya.
- *Kakak-kakak dan adik-adikku yang tercinta dan tersayang yang selalu menjadi motivasi dalam hidupku untuk melangkah lebih baik lagi.*
- *Para dosen UBB Fakultas Ekonomi yang telah bersedia memberikan nasehat, Pengetahuan dan Ilmunya kepadaku dan teman-temanku.*
- *Sahabat-sahabatku yang tercinta Sasmitha sari, Rizky Andriani, M.Sarmadi, Muslim, Susi Susanti, Diana, nurhukmi, wismoyo, apri, septiani, cici, lisa dan lain-lain yang telah memberikan saya dukungan serta bantuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- *Kawan - kawan seperjuangan KKN X Kurau yang selalu memberikan support untuk bisa menyelesaikan kelulusan secara bersama-sama*
- *Almamater ku tercinta yang menjadi kebanggaan ku, Universitas Bangka Belitung.*
- *Sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan saya dukungan serta bantuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.*
- *Teman-teman seperjuangan khususnya angkatan 2011.*

## ABSTRACT

**Untari Julita,302 11 11 084. *The Influence of Store Atmosphere, Location, and product diversity on the purchasing interest at M.Lusy Pangkalpinang***

*The background of this research is based on the existing phenomenon that shows the store atmosphere, location, and product diversity are able to influence the purchasing interest of consumers in doing purchasing activity. The purpose of this research is to know general description and to get review of the purchasing interest at M.Lusy store Pangkalpinang.*

*This is descriptive quantitative research with total sample of 165 respondents, while the sampling method uses purposive sampling. In this research, the independent variables consist of store atmosphere, location and product diversity, while the dependent variable is purchasing interest. The test of instrument uses validity test and reliability test. While the method of data analysis uses multiple linear regression, t test, F test, and coefficient of determination ( $R^2$ ).*

*The research result of the independent variables is obtained X1  $t_{value}$  ( 3.104 ) >  $t_{table}$  (1.6541) variabel X2 is obtained  $t_{value}$  ( 2,987 ) >  $t_{table}$  (1.6541), and variabel X3 is obtained  $t_{value}$  ( 3.069 ) >  $t_{table}$  (1.6541). This variable X1 (store atmosphere) influence variable y ( purchasing Interest ) partially X2 (location) influence variable y ( purchasing Interest ) partially ,X3 (Product diversity) influence variable y ( purchasing Interest ) partially. The result of F test indicates that  $F_{value}$  ( 88.773 ) >  $F_{table}$  ( 2.66 ) while the significance is  $0.000 < \alpha$  on the significance level of 0,05, so  $H_0$  is Rejected and  $H_a$  is accepted which means the dependent variables ( store atmosphere, location, and product diversity) simultaneously influence the dependent variable ( purchasing interest) significantly. The analysis result of the determination ( $R^2$ ) shows that the independent variables ( store atmosphere, location, and product diversity) influence the dependent variable ( purchasing interest ) in the amount of 61,6% and the remaining is 38.4% influenced by other variables out of the research.*

**Keywords :** *store atmosphere location, product diversity, purchasing interest*

## ABSTRAK

### **Untari Julita, 302 11 11 084 . Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli pada M.Lusy Pangkalpinang**

Penelitian ini di latar belakang berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum, dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *store atmosphere* , lokasi, dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen pada toko M.Lusy pangkalpinang

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 165 responden, sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t , uji f , dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) .

Hasil penelitian variabel independen X1 di peroleh  $t_{hitung}$  (3,104) >  $t_{tabel}$ (1,6541), variabel X2 di peroleh  $t_{hitung}$  (2,987) >  $t_{tabel}$ (1,6541), dan variabel X3 di peroleh  $t_{hitung}$  (3,069) >  $t_{tabel}$ (1,6541). Maka variabel X1 (*store atmosphere*), berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat beli), variabel X2 (lokasi ) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat beli) dan variabel X3 (keragaman produk) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (minat beli). Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  (88.773) >  $F_{tabel}$  (2,66), sedangkan signifikansi adalah  $0,000 < \alpha$  pada taraf signifikansi 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel *independen* (*store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (minat beli) secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen (*store atmosphere*, lokasi, dan keragaman produk) mempengaruhi variabel dependen ( minat beli ) sebesar 61.6% dan sisanya 38,4% di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

**Kata Kunci :*Store Atmosphere* ,Lokasi, Keragaman Produk, dan Minat Beli**



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Alhamdulillahirobbil'alamiin, tiada kata yang dapat Penulis sampaikan selain ucapan syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan ridho-Nya lah Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Toko, Dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Kosumen pada Toko M.Lusy Pangkalpinang”, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Dalam penulisan skripsi ini Penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi. Untuk itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang tulus 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. M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung.
5. Bapak M.Tanggung, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan kritik yang sangat berharga bagi Penulis guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Bapak H.Sumar. S.E., M.M, selaku Dosen Pendamping yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan kritik yang sangat berharga bagi Penulis guna menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan *staff* akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan mengajarkan berbagai disiplin ilmu yang sangat berharga bagi Penulis sebagai bekal kelak, baik di dunia kerja maupun masyarakat.
8. Keluarga yang selalu mendorong dan terus memberikan semangatnya agar Penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Lukman Tanjung selaku Owner toko M.Lusy Pangkalpinang yang telah bersedia mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia membantu apapun yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan selama penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dengan limpahan rahmat-Nya.

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

Balunujuk, 12 Januari 2017

Penulis,

Untari Julita

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</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>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</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 .....	10
1.3 Batasan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	12

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
2.1 Manajemen .....	14
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	
2.2.1 Pengertian pemasaran.....	13
2.2.3 pengertian manajemen pemasaran .....	15
2.2 Minat beli.....	16
2.2.1 Pengertian Minat Beli.....	16
2.2.2 Dimensi Minat Beli .....	17
2.2.3 Motif –Motif Pembelian.....	18
2.2.4 proses- proses keputusan konsumen dalam membeli .....	19
2.3 <i>store atmosphere</i> .....	20
2.3.1 Pengertian <i>store atmosphere</i> .....	20
2.3.2 Faktor- Faktor yang mempengaruhi <i>store atmosphere</i> .....	21
2.3.2 Elemen elemen <i>store atmosphere</i> .....	23
2.4 Lokasi toko .....	26
2.4.1 Pengertian Lokasi .....	27
2.4.2 Teori-teori Lokasi.....	28
2.4.3 Faktor-faktor yang menjadi daya tarik sebuah lokasi.....	28
2.4.4 Jenis-jenis lokasi.....	28
2.5 Keragaman produk.....	31
2.5.1 Definisi keragaman produk .....	31
2.5.2 Dimensi lebar dan panjang keragaman produk .....	32
2.5.3 Definisi produk .....	33

2.5.3 Tingkatan produk .....	35
2.6 Penelitian Terdahulu .....	35
2.7 Kerangka Berpikir .....	37
2.7.1 Gambaran <i>Store Atmosphere</i> , Lokasi toko Dengan Minat Beli Konsumen.....	38
2.7.2 Hubungan <i>store atmosphere</i> dengan minat beli konsumen.....	39
2.7.3 Hubungan lokasi dengan minat beli konsumen.....	39
2.7.4 Hubungan keragaman produk dengan minat beli konsumen .....	40
2.7.5 Hubungan <i>store atmosphere</i> , lokasi, dan keragaman produk dengan minat beli konsumen pada M.Lusy Pangkalpinang .....	41
2.8 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	42
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	42
3.4 Populasi dan Sampel dan teknik pengambilan sampel .....	45
3.4.1 Populasi .....	45
3.4.2 Sampel .....	45
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.5.1 Jenis data .....	47
3.6 Metode pengumpulandata .....	48

3.7 Skala pengukuran Variabel .....	49
3.8 Metode Analisis Data.....	49
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	49
3.8.2 Uji Validitas.....	51
3.8.3 Uji Realibilitas.....	52
3.8.4 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.8.6 Pengujian Hipotesis .....	54
3.8.7 Uji koefisien determinasi .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.1.1 Profil Singkat toko M.Lusy Pangkalpinang.....	57
4.1.2 Visi dan Misi M.Lusy Pangkalpinang .....	58
4.1.2.1 Visi .....	58
4.1.2.2 Misi .....	58
4.1.3 Struktur Organisasi M.Lusy Pangkalpinang.....	58
4.1.3.1 tugas dan wewenang struktur organisasai.....	58
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian .....	59
4.2.1 Hasil Deskriptif Responden .....	62
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif .....	63
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel .....	91
4.3 Hasil Analisis Data.....	92
4.3.1 Uji Validitas .....	92
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	92

4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	94
4.3.4 Analisis Regresi Berganda .....	98
4.3.5 Uji t .....	100
4.3.6 Uji F .....	100
4.3.7 Uji $R^2$ .....	102
4.4 Pembahasan .....	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>117</b>
5.1 Kesimpulan .....	117
5.2 Saran .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Pengunjung M.Lusy .....	4
Tabel I.2	Data Penjualan M.Lusy .....	5
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III.1	Definisi Operasional Variabel .....	46
Tabel III.2	Kategori Skala .....	52
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden .....	61
Tabel IV.2	Usia Responden .....	62
Tabel IV.3	Pekerjaan Responden .....	62
Tabel IV.4	IndikatorPintu Masuk dan Pintu Keluar Toko.....	64
Tabel IV.5	IndikatorTipe Pintu Masuk Toko .....	64
Tabel IV.6	IndikatorTeras.....	65
Tabel IV.7	IndikatorPapan Nama Toko.....	66
Tabel IV.8	IndikatorPencahayaan Toko .....	67
Tabel IV.9	IndikatorMusik Yang Dilantunkan.....	67
Tabel IV.10	IndikatorAroma Ruangan .....	68
Tabel IV.11	IndikatorTemperature Udara .....	69
Tabel IV.12	Indikator Penataan Ruang.....	70
Tabel IV.13	IndikatorPengklasifikasian Produk .....	70
Tabel IV.14	Indikator Pola Arus Lalu Lintas .....	71
Tabel IV.15	Indikator Desain Wallpaper Toko .....	72

Tabel IV.16	IndikatorPoster Peningat Produk.....	72
Tabel IV.17	Indikator Papan Petunjuk Arah .....	73
Tabel IV.18	Rata-Rata Jawaban Responden Variabel <i>store atmosphere</i> .....	74
Tabel IV.19	Indikator Akses Masuk Toko .....	75
Tabel IV.20	IndikatorSarana Tempat Parkir Toko .....	76
Tabel IV.21	IndikatorPrasarana Tempat Parkir Toko .....	77
Tabel IV.22	IndikatorKeadaan Lingkungan Sekitar Toko .....	77
Tabel IV.23	IndikatorPerbedaan Eksterior Toko.....	78
Tabel IV.24	Indikator Lokasi Toko Yang Strategis .....	79
Tabel IV.25	Rata-Rata Jawaban Responden pada Variabel Lokasi .....	80
Tabel IV.26	IndikatorVarian Produk.....	81
Tabel IV.27	Indikator Varian Merek .....	81
Tabel IV.28	Indikator Varian Model .....	82
Tabel IV.29	IndikatorProduk yang Uptodate .....	83
Tabel IV.30	IndikatorKetersediaan Produk .....	83
Tabel IV.31	Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keragaman Produk.....	84
Tabel IV.32	IndikatorKecenderungan Suka dengan Produk .....	85
Tabel IV.33	IndikatorMinat Atas Referensi Dari Orang terdekat .....	86
Tabel IV.34	Indikator Minat Beli Karena Preferensi .....	87
Tabel IV.35	IndikatorKebijakan Toko.....	87
Tabel IV.36	IndikatorPencarian Informasi Tentang Produk .....	88
Tabel IV.37	Rata-rata Jawaban pada Minat Beli.....	89
Tabel IV.38	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel.....	90

Tabel IV.39	Hasil Uji Validitas .....	91
Tabel IV.40	Hasil Uji Reliabilitas .....	92
Tabel IV.41	Hasil Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel IV.42	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	97
Tabel IV.43	Hasil Analisis Uji t .....	99
Tabel IV.44	Hasil Analisis Uji F .....	100
Tabel IV.45	Hasil Analisis Uji $R^2$ .....	101



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Suasana Toko M.Lusy .....	7
Gambar I.2	Lokasi Toko M.Lusy.....	8
Gambar I.3	Brand Yang Dijual .....	9
Gambar II.1	Kerangka Berpikir .....	38
Gambar II.1	Jenis Kelamin Responden .....	55
Gambar IV.1	Struktur Organisasi.....	60
Gambar IV.2	Jenis Kelamin Responden.....	61
Gambar IV.3	Usia Responden.....	62
Gambar IV.4	Pekerjaan Responden.....	63
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas .....	93
Gambar IV.6	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	96

## 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  $R^2$
- Lampiran 8 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 9 Surat UPT Bahasa (Abstrak)
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Dokumentasi Foto