

**PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA ZYVI CELL PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : DEWI LESTARI

NIM : 302 12 11 022

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

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

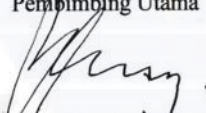


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

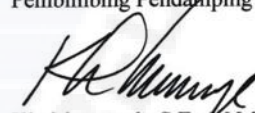
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dewi Lestari
NIM : 302 12 11 022
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : "Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang".

Pembimbing Utama

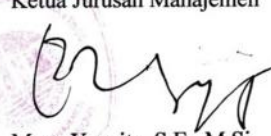

M. Tanggung, S.E., M.Si
NIP. 196306051990031004

Pembimbing Pendamping


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

Balunijuk, 15 Agustus 2016

Ketua Jurusan Manajemen


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

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ZYVI CELL
PANGKALPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Dewi Lestari
Nomor Induk Mahasiswa : 302 12 11 022

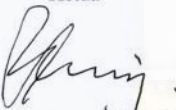
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 Agustus 2016
dan telah memenuhi syarat untuk diterima

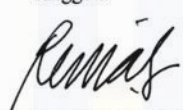
Tim Penguji :

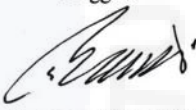
Ketua

Anggota

Anggota


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


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


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

Balun Ijuk, 15 Agustus 2016

Universitas Bangka Belitung

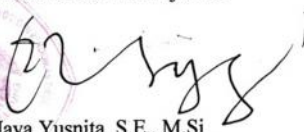
Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen


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


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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

“Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang” 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 acuan 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.”

Balunjuk, 04 Agustus 2016

Penulis

Dewi Lestari



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya seluruh amal itu tergantung kepada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan sesuai niatnya”

(HR.Bukhori–Muslim)

“Barang siapa yang keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah sampai ia kembali”.

(HR Tirmidzi)

“Ilmu tidak akan diperoleh dengan tubuh yang santai (tidak bersungguh-sungguh)”

(Yahya bin Abi Katsir rahimahullah)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemurahan rezeki, mengenal arti dari sebuah perjuangan, tantangan dan kerja keras serta selalu memberikan kemudahan di setiap kesulitan yang saya hadapi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Setulus hati untuk kedua orang tuaku, bapak Jemangin dan mamak Marinem yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, nasihat, mendo'akan, selalu memberikan bantuan baik moril maupun materil dan selalu ada untukku dalam setiap keadaan.
3. Kakakku dan adikku tersayang Edi Setiawan dan Ryan Eggi Sanjaya serta keluarga besar yang selalu memberi semangat dan motivasi kepada penulis agar cepat menyelesaikan skripsi.
4. Sahabatku baikku Fike Kristiani, Rizky Eka Dirma, Sri Wilatika Ayuni, Susanti, Novianti, Wira Oktarinawati. Terima kasih untuk selalu menemani, memberi dukungan dan untuk semua bantuannya.
5. Seluruh teman-teman MN 1 angkatan 2012 serta teman-teman diluar kampus yang tidak bisa di sebutkan satu per satu, semoga jalanin persahabatan kita tetap terjalin.
6. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Dewi Lestari, 302 12 11 022. 2016. “The Influence of Variant Product, Price, and Quality of service on the Consumer Buying Interest at ZYVI CELL Pangkalpinang”.

The purpose of this study is to know how the effect of variant of product, price, and quality of service of ZYVI CELL Pangkalpinang in attracting consumer buying interest and to review of consumer buying interest at ZYVI CELL Pangkalpinang either partially or simultaneously.

This is descriptive quantitative research with a total sample of 101 respondents, while the sampling method uses accidental method. The independent variable of this research consists of variant of product, price, and quality of service, while the dependent variable is consumer buying interest. The test of instrument uses validity test and reliability test. The data analyzing method uses multiple linear regressions with T test, F test and coefficient of determination.

The result of this research indicated that partially variant of product has positive and significant influence on consumer buying interest with coefficient is 0,0312 and the test result is $t_{value} (4,478) > t_{table} (1,9842)$. Variable of price has positive and significant influence on consumer buying interest with coefficient is 1,020 and the test result is $t_{value} (19,042) > t_{table} (1,9842)$. Variable of quality of service has positive and significant influence on consumer buying interest with coefficient is 0,057 and the test result is $t_{value} (3,199) > t_{table} (1,9842)$. Simultaneously, variable of variant of product, price, and quality of service have positive and significant influence on consumer buying decision with test result is $f_{value} (132,397) > f_{table} (2,69)$ with significance level is $0,00 < 0,05$. The result of coefficient of determination (R^2) is 79,8% which means that consumer interest can be explained by variable of variant of product, price, and quality of service while remaining is 20,2% is influenced by other variable which are not examined in this research.

Keywords : Variant of Product, Price, Quality of Service, Consumer Buying Interest.

ABSTRAK

Dewi Lestari, 302 12 11 022. 2016. “Pengaruh Varian Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada ZYVI CELL Pangkalpinang”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Varian Produk, Harga Dan Kualitas Layanan ZYVI CELL Pangkalpinang dalam menarik minat beli konsumen dan mengkaji seberapa besar pengaruh Varian Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada ZYVI CELL Pangkalpinang baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 101 responden, sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan metode *accidental*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari varian produk, harga, kualitas layanan, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen. 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 menunjukkan secara parsial variabel varian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan koefisien sebesar 0,312 dan hasil uji t hitung $(4,478) > t$ tabel $(1,9842)$. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan koefisien sebesar 1,020 dan hasil uji t hitung $(19,042) > t$ tabel $(1,9842)$. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan koefisien sebesar 0,057 dan hasil uji t hitung $(3,199) > t$ tabel $(1,9842)$. Secara simultan variabel varian produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dengan hasil uji F hitung $(132,597) > F$ tabel $(2,69)$ dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 79,8% artinya minat nasabah dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel varian produk, harga, dan kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 20,2% minat nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Varian Produk, Harga, Kualitas Layanan Dan Minat Beli Konsumen

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 junjungan 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 M. Tanggung, S.E., M.si** sebagai dosen pembimbing utama dan **Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M** sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam bimbingan dan arahannya 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. Ibu Maya Yusnita, S.E. M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
6. Abang Arie Wisanggono dan Tete Rizky Gratia selaku pemilik ZYVI CELL Pangkalpinang yang telah banyak membantu dan memberikan izin sebagai lokasi penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan khususnya Manajemen Angkatan 2012.

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

Balunujuk, 04 Agustus 2016

Penulis,

Dewi Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Batasan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.6. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1. Pengertian Pemasaran	18

2.1.1. Konsep Pemasaran	18
2.2. Minat Beli	24
2.2.1. Pengertian Minat Beli	24
2.2.2. Tahap – Tahap Dalam Proses Pembelian	26
2.2.3. Tipe – Tipe Pembelian.....	28
2.2.4. Dimensi Minat Beli.....	30
2.3. Varian Produk	31
2.3.1. Pengertian Varian Produk	31
2.3.2. Dimensi Varian Produk	32
2.4. Harga	33
2.4.1. Pengertian Harga	33
2.4.2. Dimensi Harga	34
2.4.3. Penentuan Harga.....	34
2.4.4. Indikator Harga.....	35
2.4.5. Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga.....	36
2.5. Kualitas Layanan	37
2.5.1. Definisi Kualitas Layanan	37
2.5.2. Dimensi Kualitas Layanan	38
2.6. Penelitian Terdahulu	42
2.7. Kerangka Pemikiran	44
2.7.1. Hubungan Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan dan Minat Beli Konsumen	46

2.7.2.	Hubungan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	47
2.7.3.	Hubungan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen ..	48
2.7.4.	Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen	50
2.7.5.	Hubungan Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen	51
2.8.	Hipotesis	53
BAB III	METODE PENELITIAN	54
3.1.	Pendekatan Penelitian	54
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.3.	Populasi dan Sampel	55
3.3.1.	Populasi	55
3.3.2.	Sampel	55
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1	Metode Wawancara	56
3.4.2	Metode Kuesioner	57
3.4.3	Metode Literatur	58
3.4.4	Metode Observasi	58
3.5.	Jenis Data	59
3.5.1.	Data Primer	59
3.5.2.	Data Sekunder	59
3.6.	Definisi Operasional Variabel	59

3.7.	Teknik Analisis Data	63
3.7.1.	Analisis Deskriptif dan Verivikatif.....	63
3.7.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	65
3.7.4.	Analisis Regresi Berganda	67
3.7.5.	Pengujian Hipotesis	68
3.6.6.	Analisis Koefisien Determinasi	70
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1	Gambaran Objek Penelitian	71
4.1.1.	Gambaran Umum Konter ZYVI CELL Pangkalpinang	71
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	72
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	72
4.2.2	Deskripsi Masing-Masing Variabel	75
4.2.2.1	Variabel varian produk.....	76
4.2.2.2	Variabel harga	80
4.2.2.3	Variabel kualitas layanan	84
4.2.2.4	Variabel minat beli.....	100
4.3	Analisis Data Validitas dan Reliabilitas	107
4.3.1	Uji Validitas	108
4.3.2	Uji Reliabilitas	108
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	110
4.4.3.1.	Uji Normalitas	110

4.4.3.2. Uji Multikolinearitas	112
4.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	113
4.3.4 Analisis Regresi Linea Berganda	114
4.3.5 Uji t	116
4.3.6 Uji F	118
4.3.7 Analisis Koefisien Determinasi	120
4.4 Pembahasan	119
4.4.1 Gambaran deskriptif Varian Produk, Harga, Kualitas Layanan dan Minat Beli Konsumen	119
4.4.2 Pengaruh varian produk Terhadap Minat Beli	120
4.4.3 Pengaruh harga Terhadap Minat Beli	123
4.4.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli ...	125
4.4.5 Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli	129
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	130
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar nama konter pesaing dari ZYVI CELL 1	6
Tabel I.2	Data jumlah Pengunjung ZYVI CELL 1	7
Tabel I.3	Daftar nama konter pesaing dari ZYVI CELL 2	8
Tabel I.4	Data jumlah Pengunjung ZYVI CELL 2	8
Tabel I.5	Omset Penjualan ZYVI CELL 1	9
Tabel I.6	Omset Penjualan ZYVI CELL 2	10
Tabel I.7	Daftar Varian Produk ZYVI CELL 2	11
Tabel I.8	Perbandingan Harga ZYVI CELL dan ORTEGA CELL	12
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	42
Tabel III.1	Tabel Skala Pengukuran Variabel	58
Tabel III.2	Definisi Operasional	60
Tabel III.3	Kategori Skala	64
Tabel IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	73
Tabel IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel IV.4	Hasil Tanggapan Responden Tentang Varian Produk indikator banyak atau sedikitnya ragam kategori produk	76
Tabel IV.5	Hasil Tanggapan Responden Tentang Varian Produk indikator desain produk	76
Tabel IV.6	Hasil Tanggapan Responden Tentang Varian Produk indikator banyak pilihan dalam setiap kategori produk	77

Tabel IV.7	Hasil Tanggapan Responden Tentang Varian Produk indikator daya tarik produk	78
Tabel IV.8	Rata- Rata penilaian konsumen terhadap varian produk	79
Tabel IV.9	Hasil Tanggapan Responden Tentang harga indikator kesesuaian harga dengan daya beli.....	80
Tabel IV.10	Hasil Tanggapan Responden Tentang harga indikator kesesuaian harga dengan type produk	81
Tabel IV.11	Hasil Tanggapan Responden Tentang harga indikator memberikan potongan harga	81
Tabel IV.12	Hasil Tanggapan Responden Tentang harga indikator pilihan produk dengan berbagai harga.....	83
Tabel IV.13	Hasil Tanggapan Responden Tentang harga indikator sesuai dengan manfaat yang diperoleh.....	83
Tabel IV.14	Rata-Rata penilaian konsumen terhadap harga	84
Tabel IV.15	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator kenyamanan tempat.....	85
Tabel IV.16	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator ketersediaan fasilitas penunjang.....	85
Tabel IV.17	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator ketepatan dalam memenuhi janji.....	86
Tabel IV.18	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator keandalan proses pelayanan	87

Tabel IV.19	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator ketanggapan karyawan dalam menangani masalah .	87
Tabel IV.20	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator ketersediaan karyawan menjawab pertanyaan	88
Tabel IV.21	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator pengetahuan tentang produk	89
Tabel IV.22	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator kecepatan pelayanan	90
Tabel IV.23	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator keramahan dan sopan santun karyawan	91
Tabel IV.24	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator kesopanan pakaian karyawan.....	91
Tabel IV.25	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator kinerja manajemen karyawan.....	92
Tabel IV.26	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator reputasi konter.....	92
Tabel IV.27	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator keamanan fasilitas fisik.....	93
Tabel IV.28	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator keamanan dari gangguan tindak kejahatan	94
Tabel IV.29	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator mudahnya akses kekonter	95

Tabel IV.30	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator kemudahan mendatangi konter pada saat dibutuhkan	95
Tabel IV.31	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator informasi yang tepat dan cepat tentang produk dan harga	96
Tabel IV.32	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator adanya komunikasi dua arah	97
Tabel IV.33	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator perhatian terhadap konsumen	97
Tabel IV.34	Hasil Tanggapan Responden Tentang kualitas layanan indikator kemampuan dalam memberikan saran yang tepat ...	98
Tabel IV.35	Rata – Rata Penilaian tentang Kualitas layanan	99
Tabel IV.36	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator tingkat karakteristik yang dapat mendorong minat beli	100
Tabel IV.37	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator tingkat keunggulan tempat	101
Tabel IV.38	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator merekomendasikan konter kepada orang lain	101
Tabel IV.39	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator menyarankan orang untuk membeli	102
Tabel IV.40	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator tingkat keyakinan.....	103

Tabel IV.41	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator niat pembelian ulang.....	103
Tabel IV.42	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator mengeplor keunggulan dan kekhasan konter	104
Tabel IV.43	Hasil Tanggapan Responden Tentang minat beli indikator mengepor informasi tentang produk.....	105
Tabel IV.44	Rata – Rata Penilaian Tentang minat beli konsumen.....	106
Tabel IV.45	Hasil Uji Validitas	107
Tabel IV.46	Hasil Uji Reliabilitas	108
Tabel IV.47	Hasil Uji Multikolinearitas	111
Tabel IV.48	Hasil Analisis Regresi Berganda	113
Tabel IV.49	Hasil Analisis Uji t	115
Tabel IV.50	Hasil Analisis Uji F	117
Tabel IV.51	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Foto Pengunjung yang datang keKonter ZYVI CELL.....	9
Gambar I.2	Foto Varian Produk diKonter ZYVI CELL.....	11
Gambar I.3	Daftar Harga diKonter ZYVI CELL	12
Gambar II.1	Model Konseptual Hubungan Antara Varian Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen	45
Gambar IV.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	73
Gambar IV.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Gambar IV.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan	75
Gambar IV.4	Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas	109
Gambar IV.5	Grafik Normal Probability Plot	110
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	112

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