

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PRODUK CITRA *HAND AND BODY LOTION*
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas
Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

NAMA : RASI FIRDANI

NIM : 302 11 11 036

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

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



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rasi Firdani
NIM : 302 11 11 036
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : Pengaruh Ekuitas Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Citra *Hand And Body Lotion* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)

Pembimbing Utama

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

Pembimbing Pendamping

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

Balunijuk, 15 Maret 2016

Ketua Jurusan Manajemen



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

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL


**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PRODUK CITRA *HAND AND BODY LOTION*
(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas
Ekonomi Universitas Bangka Belitung)**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Rasi Firdani
Nomor Induk Mahasiswa : 302 11 11 036

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 10 Maret 2016 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Tim Penguji :

Ketua Anggota


Dr. Reniati S.E., M.si.
NP. 506507013

Anggota


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

Anggota


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

Balunijuk, 15 Maret 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen


Dekan

Dr. Reniati S.E., M.si.
NP. 506507013

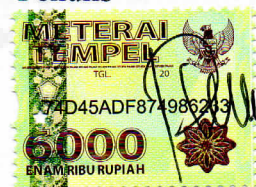

Ketua Jurusan Manajemen

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: “ Pengaruh Ekuitas Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Citra *Hand And Body Lotion* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung) ”, 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, Maret 2016
Penulis



Rasi Firdani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tujuan dari belajar adalah untuk terus tumbuh. Akal tidak sama dengan tubuh, karna akal terus bertumbuh selama kita hidup.” --**Martimer Adler**--

“Tanyailah hati tentang segala perkara, karena sesungguhnya ia adalah saksi yang tidak akan menerima suap.” --**Ali Bin Abi Thalib**--

“Bahwa tiada yang orang dapatkan, **kecuali yang ia usahakan**, Dan bahwa usahanya akan kelihatan nantinya.” (Q.S. An Najm ayat 39-40)

“Seseorang yang optimis akan melihat adanya kesempatan di setiap malapetaka, sedangkan orang pesimis melihat malapetaka dalam setiap kesempatan.” —**Nabi Muhammad SAW**—

Suatu kebanggaan menjadi mahasiswa adalah ketika banyaknya coretan-coretan revisi yang kudapat sebagai tanda besarnya pengabdian dosen yang telah membimbingku menuju kesuksesan.

Teruslah berusaha, hingga suatu hari orang berkata: “**dulu dia bukan siapa-siapa**”

AKU DATANG, AKU BIMBINGAN, AKU UJIAN, AKU REVISI, DAN AKU MENANG.

-**Alhamdulillah**-

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- **Allah SWT** yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala nikmat yang diberikan untuk penulis. Sehingga tiada alasan bagi penulis untuk berhenti bersyukur. “Alhamdulillah ya Allah”.
- Orang tuaku tercinta, **Ibunda AGUSTINA** dan **Ayahanda DJALALUDIN** Betapa tak ternilai kasih sayang dan

pengorbanan kalian padaku. Terimakasih atas dukungan moril maupun materil untukku selama ini. Kalian inspirasiku, motivasiku, dan guru terbaikku.

- Kakakku **Widi Syahyuni, A.md** dan Istrinya **Sitriani**, dan juga adikku **Nugrah Rachmat Zabari** terimakasih atas dukungan dan canda tawanya.
- Seseorang yang selalu di hati **Cecep Indrawan**, yang selalu mendukung dan selalu ada untukku disaat aku tak sanggup lagi melangkah ,Thanks for everything.
- Sahabat-sahabat terbaikku **Uswatun Hasanah, S.E. , Dewi Arabianty**, dan **Novriyanti** terima kasih untuk selalu menemani dan untuk semua bantuannya.
- Teman-teman seperjuanganku **Yesi, Selvia, Devi, Selly, Selvi Weda, Nia, Putra, Tyo, dan Wendy**, terimakasih atas segalanya dan bantuannya. Dan seluruh teman-teman **Manajemen 2 angkatan 2011 serta teman-teman KKN angkatan IX Muntok** yang tidak bisa di sebutkan satu per satu, semoga jalinan persahabatan kita tetap terjalin. "Tiada hari yang indah tanpa kalian semua".
- **Semua Pihak** yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini, yang memberikan do'a, bantuan & semangat. Terima kasih.
- **Almamater Kebanggaanku**, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Rasi Firdani. 302 11 11 036. The Effects of Brand Equity and Word of Mouth on Customer Loyalty in the Case of Citra Hand and Body Lotion (Case Study of the Female Undergraduate Students of the Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung)

The purpose of this study is to determine the effects of brand equity and word of mouth on the variable customer loyalty in the case of Citra Hand and Body Lotion. The population in this reasearch consist of female student who use Citra Hand and Body Lotion in the Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung, which has a total of 163 students. This is a descriptive quantitative reasearch with a sample of 116 respondents chosen using the accidental sampling method. The instruments are tested using validity and reliability tests, while the data is analyzed using multiple linear regression method with T test and F test.

The research result show that for the independent variable X_1 , t_{count} (5.378) $> t_{table}$ (1.98137) and for the independent variable X_2 , T_{count} (6.672) $> T_{table}$ (1.98137). Hence, both X_1 , and X_2 affect Y partially. The F_{test} show that F_{count} (335,564) $> F_{table}$ (3.08), while the significance is $0.000 < \alpha$ at significance level rate of 0.05. Therefore, H_0 is rejected and H_a is acceted, meaning that the brand equity and word of mouth significantly and simultaneously affecting the customer loyalty. Meanwhile, the coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.707 or 70.7%, which means that the Citra Hand and Body Lotion's customer loyalty can be explained by the brand equity and word of mouth variables.

Keywords: brand equity, word of mouth, customer loyalty

ABSTRAK

Rasi Firdani. 302 11 11 036. Pengaruh Ekuitas Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Citra *Hand and Body Lotion* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh unsur Ekuitas Merek dan *word of mouth*, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan produk Citra *Hand and Body Lotion*. Populasi penelitian ini adalah para mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang menggunakan produk Citra *Hand and Body Lotion* berjumlah 163 mahasiswa. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 116 responden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. 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 $t_{hitung} (5,378) > T_{tabel} (1,98137)$, dan variabel X_2 $t_{hitung} (6,672) > T_{tabel} (1,98137)$. 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 $F_{hitung} (335,564) > F_{tabel} (3,08)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ekuitas merek dan *word of mouth* secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,707 atau 70,7% yakni berarti variasi variabel loyalitas pelanggan Citra *Hand & Body Lotion* dapat dijelaskan oleh variabel ekuitas merek dan *word of mouth*.

Kata kunci : Ekuitas Merek, *Word Of Mouth*, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Dengan Menyebut Nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Ekuitas Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Citra *Hand And Body Lotion* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

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 dan selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Maya Yusnita, S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak Doni Yanuar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan

arahan yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

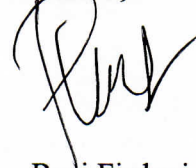
5. Bapak Echo Perdana Kusumah, B.Sc., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya, kelas Mn 2 Angkatan 2011.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
7. Para mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung yang telah bersedia meluangkan waktu dan menjadi responden penelitian ini.
8. Kedua orang tuaku, Ibunda Agustina dan Ayahanda Djalaludin untuk do'a dan dukungannya yang tiada henti.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Atas segala bantuan serta amal baik semua pihak yang telah membantu, semoga mendapat ridho Allah SWT.

Penulis sangat menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat kurangnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Khususnya bagi penulis sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Balun ijuk, Maret 2016

Penulis,



Rasi Firdani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Maslah.....	12
1.3 Batasan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Manajemen	16
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	16

2.2 Pemasaran	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.3 Merek.....	17
2.3.1 Pengertian Merek.....	17
2.3.2 Ekuitas Merek.....	18
2.3.3 Elemen-Elemen Ekuitas Merek.....	19
2.4 <i>Word Of Mouth</i>	28
2.4.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	28
2.4.2 Pengukuran <i>Word Of Mouth</i>	34
2.5 Loyalitas Pelanggan	40
2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	40
2.5.2 Tahap-Tahap Loyalitas	41
2.5.3 Tipe-Tipe Loyalitas Konsumen	42
2.6 Penelitian Terdahulu.....	45
2.7 Kerangka Berpikir	50
2.7.1 Hubungan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
2.7.2 Hubungan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
2.8 Hipotesis.....	54

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.....	55
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	56
3.3 Populasi Dan Sampel.....	56

3.3.1	Populasi	56
3.3.2	Sampel	56
3.4	Tehnik Pengumpulan Data	57
3.4.1	Data Sekunder.....	57
3.4.2	Data Primer.....	58
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	59
3.6	Teknik Analisis Data	62
3.6.1	Analisis Deskriptif dan Analisis Verifikatif	62
3.6.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	64
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	65
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	67
3.6.5	Pengujian Hipotesis	68
3.6.6	Analisis Koefisien Determinasi.....	69
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum PT. Unilever dan Produk Citra.....	70
4.1.1	Profil Singkat PT. Unilever dan Produk Citra.....	70
4.1.2	Visi dan Misi PT. Unilever.....	72
4.1.2.1	Visi	72
4.1.2.2	Misi	73
4.1.3	Profil Singkat Produk Citra.....	73
4.2	Hasil penelitian	74
4.2.1	Hasil Karakteristik Responden	75
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester.....	75

4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan	
	Jurusan.....	76
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama	
	Pemakaian Produk.....	76
4.2.2	Hasil Deskriptif Variabel	78
4.2.2.1	Ekuitas Merek.....	78
4.2.2.2	<i>Word of Mouth</i>	87
4.2.2.3	Loyalitas Pelanggan.....	94
4.3	Hasil Analisis Data	101
4.3.1	Uji Validitas	101
4.3.2	Uji Reliabilitas	103
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	103
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	103
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas.....	105
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	106
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	107
4.3.5	Uji Parsial atau Uji T	109
4.3.6	Uji Simultan atau Uji F	111
4.3.7	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	113
4.4	Pembahasan	113
4.4.1	Karakteristik Responden	114
4.4.2	Hasil Deskriptif Variabel	114
4.4.3	Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas	
	Pelanggan Citra <i>Hand & Body Lotion</i>	115

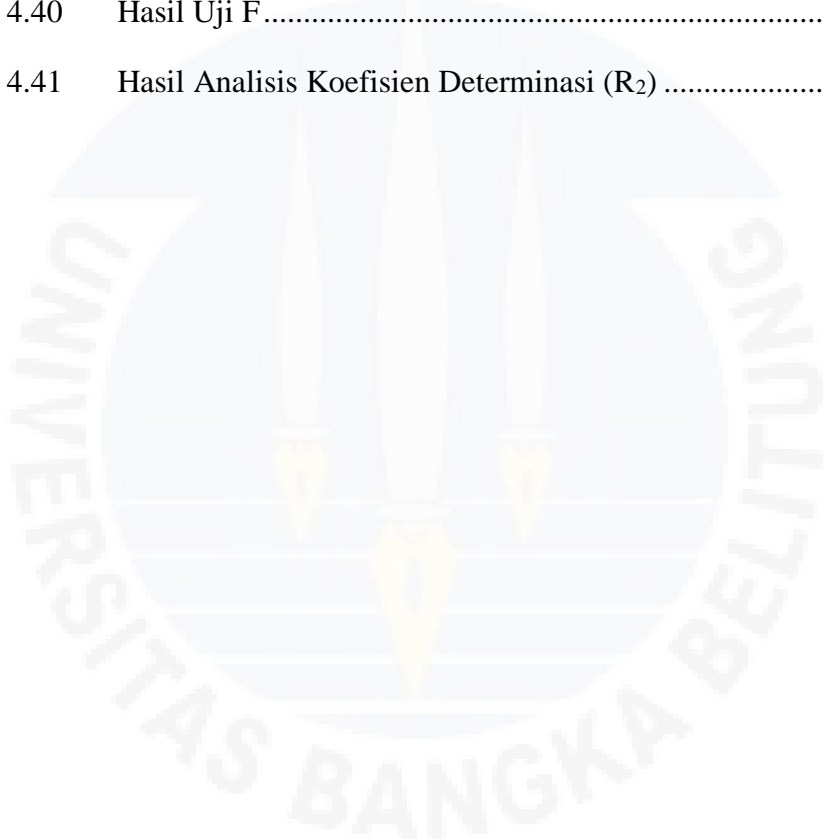
4.4.4	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand & Body Lotion</i>	115
4.4.5	Pengaruh Ekuitas Merek dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand & Body Lotion</i>	116
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	117
5.2	Saran	118
5.3	Keterbatasan Penelitian	119
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index</i> Kategori <i>Hand and Body Lotion</i> Periode 2012-2015.....	5
Tabel 1.2	<i>Best Brand Index</i> Kategori <i>Hand and Body Lotion</i>	5
Tabel 1.3	Data Pra-Penelitian Tentang Produk <i>Hand and Body Lotion</i> Yang Dipilih.....	7
Tabel 1.4	Data Pra-Penelitian Tentang Loyalitas Pelanggan Citra <i>Hand & Body Lotion</i>	9
Tabel 1.5	Data Pra-Penelitian Tentang Ekuitas Merek Citra <i>Hand & Body Lotion</i>	10
Tabel 1.6	Data Pra-Penelitian Tentang <i>Word Of Mouth</i> Citra <i>Hand & Body Lotion</i>	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	48
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Variabel	58
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	61
Tabel 3.3	Kategori Skala.....	63
Tabel 4.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester..	75
Tabel 4.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	76
Tabel 4.3	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Produk	77
Tabel 4.4	Hasil Penelitian Deskriptif Kesadaran Merek.....	78
Tabel 4.5	Hasil Penelitian Deskriptif Kesadaran Merek	79
Tabel 4.6	Hasil Penelitian Deskriptif Asosiasi Merek	80
Tabel 4.7	Hasil Penelitian Deskriptif Asosiasi Merek	80
Tabel 4.8	Hasil Penelitian Deskriptif Asosiasi Merek	81
Tabel 4.9	Hasil Penelitian Deskriptif Persepsi Kualitas	82

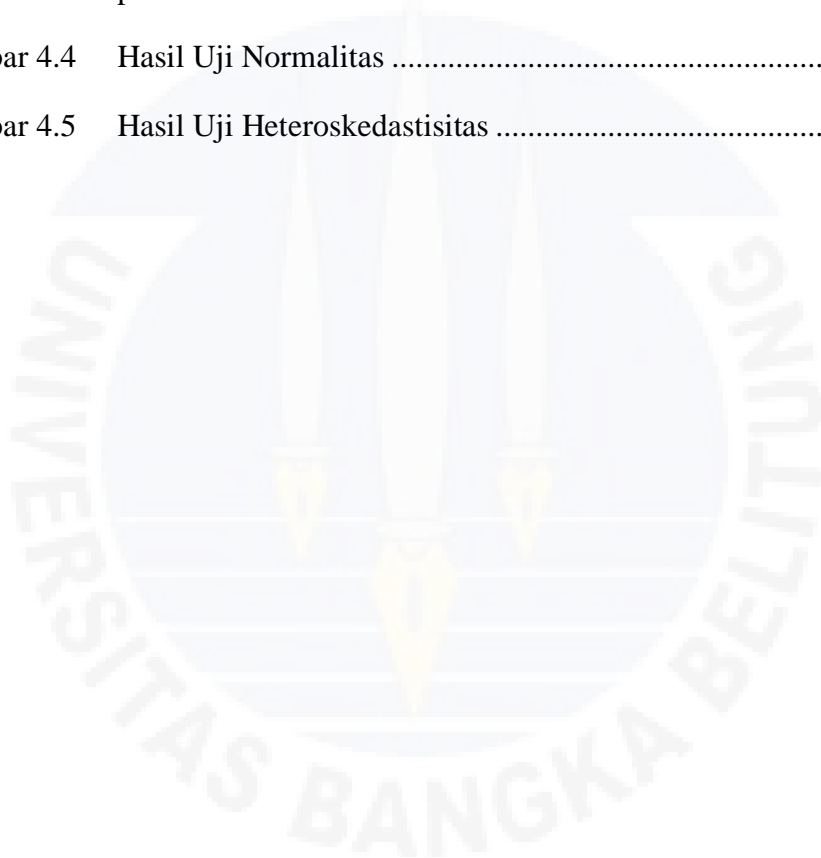
Tabel 4.10	Hasil Penelitian Deskriptif Persepsi Kualitas	83
Tabel 4.11	Hasil Penelitian Deskriptif Persepsi Kualitas	83
Tabel 4.12	Hasil Penelitian Deskriptif Persepsi Kualitas	84
Tabel 4.13	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Merek	85
Tabel 4.14	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Merek	86
Tabel 4.15	Rata-rata Penilaian Pelanggan Citra <i>Hand And Body Lotion</i> Terhadap Ekuitas Merek	87
Tabel 4.16	Hasil Penelitian Deskriptif Persepsi Resiko	88
Tabel 4.17	Hasil Penelitian Deskriptif Persepsi Resiko	88
Tabel 4.18	Hasil Penelitian Deskriptif Pengetahuan Konsumen	89
Tabel 4.19	Hasil Penelitian Deskriptif Pengetahuan Konsumen	90
Tabel 4.20	Hasil Penelitian Deskriptif Kepuasan	90
Tabel 4.21	Hasil Penelitian Deskriptif Kepuasan	91
Tabel 4.22	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Opinion Leader</i>	92
Tabel 4.23	Hasil Penelitian Deskriptif <i>Opinion Leader</i>	92
Tabel 4.24	Rata-Rata Penilaian Pelanggan Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	93
Tabel 4.25	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Kognitif	94
Tabel 4.26	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Kognitif	95
Tabel 4.27	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Kognitif	95
Tabel 4.28	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Afektif	96
Tabel 4.29	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Afektif	97
Tabel 4.30	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Konatif	98
Tabel 4.31	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Konatif	98
Tabel 4.32	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Tindakan	99
Tabel 4.33	Hasil Penelitian Deskriptif Loyalitas Tindakan	100

Tabel 4.34	Rata-Rata Penilaian Pelanggan Citra <i>Hand And Body Lotion</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	101
Tabel 4.35	Hasil Uji Validitas.....	102
Tabel 4.36	Hasil Uji Reliabilitas	103
Tabel 4.37	Hasil Uji Multikolonieritas	106
Tabel 4.38	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
Tabel 4.39	Hasil Uji t	110
Tabel 4.40	Hasil Uji F.....	112
Tabel 4.41	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R_2)	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	17
Gambar 4.1	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester..	75
Gambar 4.2	Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	76
Gambar 4.3	Hasil karakteristik responden berdasarkan lama pemakaian produk	77
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas	104
Gambar 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	107



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 Rangkaian Produk Citra *Hand And Body Lotion*
- Lampiran 9 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 10 Surat Keterangan UPT Pusat Bahasa
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup