

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA
MAHASISWA DI JAKARTA**

MARCEL APGRA FERNANDIO

8135161113



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT DESIGN, AND PRICE
ON PURCHASE DECISION ON NIKE SHOES FOR STUDENTS IN
JAKARTA**

MARCEL APGRA FERNANDIO

8135161113



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

MARCEL APGRA FERNANDIO, Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa di Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu Nike. Penelitian ini dilakukan di Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik Purposive Sampling sebanyak 150 orang. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan dari keempat variabel tersebut sebesar 0,200 dikarena tingkat signifikansi keempat variabel tersebut $>0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X1, dan Y atas X2 menghasilkan nilai signifikansi pada Linearity, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Koefisien determinasi Y atas X1 diperoleh sebesar 0,141 yang menunjukkan bahwa 14,1% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek. Sementara itu, sisanya 85,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X2 diperoleh sebesar 0,139 yang menunjukkan bahwa 13,9% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh variabel desain produk. Sementara itu, sisanya 86,1.% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan koefisien determinasi Y atas X3 diperoleh sebesar 0,148 yang menunjukkan bahwa 14,8% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh variabel harga. Sementara itu, sisanya 85,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merek, Desain Produk, Harga

ABTRACT

MARCEL APGRA FERNANDIO, The Influence Of Brand Image, Product Design, And Price On Purchase Decision On Nike Shoes For Students In Jakarta.

This study aims to determine the effect of brand image, product design and price on purchasing decisions for Nike shoes. This research was conducted in Jakarta, for 6 months from January to June 2020. The method used in this research is the survey method. The population in this study were students in Jakarta. The sampling technique used was purposive sampling technique of 150 people. The analysis requirements test is the normality test with the Kolmogorov Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and it produces a significant level of the four variables of 0.200 because the significance level of the four variables is > 0.05 , it can be concluded that The data is normally distributed and can be used in further analysis. The regression linearity test of Y on X1, and Y on X2 resulted in a significance value on Linearity, namely $0.000 < 0.05$, so it was concluded that it had a linear relationship. The coefficient of Y determination on X1 is 0.141 which indicates that 14.1% of the purchasing decision variable is determined by the brand image. Meanwhile, the remaining 85.9% is influenced by other factors. And the coefficient of determination Y on X2 is 0.139 which indicates that 13.9% of the purchasing decision variable is determined by the product design variable. Meanwhile, the remaining 86.1% is influenced by other factors. And the coefficient of determination Y on X3 is 0.148 which indicates that 14.8% of the purchasing decision variable is determined by the price variable. Meanwhile, the remaining 85.2% is influenced by other factors.

Keywords: Purchase Decision, Brand Image, Product Design, Price






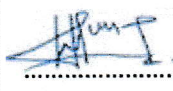
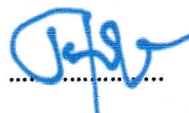
Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggungjawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd 
NIP.197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003 (Ketua Penguji)		15 Januari 2021
2	Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd NIP. 199302202019032022 (Sekretaris)		15 Januari 2021
3	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Penguji Ahli)		15 Januari 2021
4	Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		15 Januari 2021
5	Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E, M.M NIDN. 8854660018 (Pembimbing 2)		15 Januari 2021

Nama : Marcel Apgra Fernandio
No. Registrasi : 8135161113
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 15 Januari 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Desember 2020

Yang membuat pernyataan



Marcel Apra Fernandio

NIM. 8135161113



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Marcel Apgra Fernandio
NIM : 8135161113
Fakultas/Prodi : Pendidikan Bisnis
Alamat email : Marcelapgra9@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Nike pada Mahasiswa di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(Marcel Apgra Fernandio)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadiran Tuhan yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Nike pada Mahasiswa di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan penelitian ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM sebagai dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Ryna Parlyna, MBA sebagai Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta dan kakak-kakak yang selalu mendukung, membantu, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 dan juga teman-teman sebangunan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2020



Marcel Apgra Fernandio

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABTRACT</i>	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kebaruan Penelitian	12
BAB II	15
KAJIAN TEORITIK	15
E. Deskripsi Konseptual	15
1. Keputusan Pembelian	15
2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	19
3. Desain Produk (<i>Product Design</i>)	23
4. Harga (<i>Price</i>)	26
F. Kerangka Teoritik dan Hipotesis	39
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Tempat dan Waktu Penelitian	42
1. Tempat Penelitian	42
2. Waktu	42

B.	Pendekatan Penelitian	42
1.	Metode	42
2.	Konstelasi Pengaruh Antar Variabel	44
C.	Populasi dan Sampling	45
1.	Populasi	45
2.	Sampel	45
D.	Penyusunan Instrumen	46
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y)	46
2.	Citra Merek (Variabel X1)	50
3.	Desain Produk (Variabel X2)	54
4.	Harga (Variabel X3)	58
E.	Teknik Pengumpulan data	62
F.	Teknik Analisis Data	62
1.	Uji Persyaratan Analisis	62
2.	Persamaan Regresi Linier Sederhana	63
3.	Uji Hipotesisi	64
4.	Analisis Koefisien Kolerasi <i>Pearson</i>	64
5.	Koefisien Determinan	65
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A.	Deskripsi Data	67
1.	Profil Responden	67
2.	Profil Data	70
3.	Teknik Analisis Data	86
B.	Pembahasan	101
1.	Citra merek dengan Keputusan Pembelian	101
2.	Desain produk dengan Keputusan Pembelian	103
3.	Harga dengan Keputusan Pembelian	104
BAB V	107
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	107
A.	Kesimpulan	107
B.	Implikasi	108

C. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	202



DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Penjualan sepatu sneakers di Indonesia.....	3
Gambar I. 2 Top brand index sepatu di Indonesia tahun 2016-2019.....	6
Gambar I. 3 Survei awal desain produk.....	7
Gambar I. 4 Survei awal citra merek.....	8
Gambar I. 5 Survei awal harga.....	10
Gambar II. 1 Tahapan Keputusan Pembelian 17	
Gambar II. 2 Dimensi Citra Merek.....	22
Gambar III. 1 Gambar konstelasi X1, X2 dan X3 (Citra Merek, Desain Produk, dan Harga) dengan Y (Keputusan Pembelian)	44
Gambar IV. 1 Grafik Jenis Kelamin	67
Gambar IV. 2 Grafik Usia.....	68
Gambar IV. 3 Grafik Domisili.....	69
Gambar IV. 4 Grafik Histogram Keputusan Pembelian.....	72
Gambar IV. 5 Grafik Histogram Citra Merek.....	76
Gambar IV. 6 Grafik Histogram Desain Produk.....	80
Gambar IV. 7 Grafik Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 9,153 + 0,301 X$	91
Gambar IV. 8 Grafik Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 9,055 + 0,354 X$	92
Gambar IV. 9 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 10,604 + 0,397 X$	94

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian	47
Tabel III. 2 Skala Instrumen Penilaian Keputusan Pembelian	47
Tabel III. 3 Kisi-Kisi Instrumen citra merek	51
Tabel III. 4 Skala Instrumen Penilaian Citra Merek	51
Tabel III. 5 Kisi-Kisi Instrumen Desain Produk	55
Tabel III. 6 Skala Instrumen Penilaian Desain Produk	55
Tabel III. 7 Kisi-Kisi Instrumen Harga	59
Tabel III. 8 Skala Instrumen Penilaian Harga	59
Tabel III. 9 Koefisien Korelasi Pearson	65
Tabel IV. 1 Profil Responden Jenis Kelamin Grafik 67	
Tabel IV. 2 Profil Responden Usia Grafik	68
Tabel IV. 3 Profil Responden Domisili Grafik	69
Tabel IV. 4 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian	71
Tabel IV. 5 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	71
Tabel IV. 6 Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	73
Tabel IV. 7 Statistika Deskriptif Citra Merek	75
Tabel IV. 8 Distribusi Frekuensi Citra Merek	75
Tabel IV. 9 Rata-rata Hitung Skor Indikator Citra Merek	77
Tabel IV. 10 Statistika Deskriptif Desain Produk	79
Tabel IV. 11 Distribusi Frekuensi Desain Produk	79
Tabel IV. 12 Rata-rata Hitung Skor Indikator Desain Produk	81
Tabel IV. 13 Statistika Deskriptif Harga	82
Tabel IV. 14 Distribusi Frekuensi Harga	83
Tabel IV. 15 Grafik Histogram Harga	84
Tabel IV. 16 Rata-rata Hitung Skor Indikator Harga	84
Tabel IV. 17 Uji Normalitas	86
Tabel IV. 18 Uji Linieritas Variabel X1 terhadap Y	87

Tabel IV. 19 Uji Linieritas Variabel X2 terhadap Y	88
Tabel IV. 20 Uji Linieritas Variabel X3 terhadap Y	89
Tabel IV. 21 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X1 dan Y	90
Tabel IV. 22 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X2 dan Y	91
Tabel IV. 23 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana X3 dan Y	93
Tabel IV. 24 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	95
Tabel IV. 25 Uji Analisis Korelasi Pearson Variabel X1 terhadap Variabel Y	96
Tabel IV. 26 Uji Analisis Korelasi Pearson Variabel X2 terhadap Variabel Y	97
Tabel IV. 27 Uji Analisis Korelasi Pearson Variabel X3 terhadap Variabel Y	97
Tabel IV. 28 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	98
Tabel IV. 29 Uji Koefisien Determinasi (X1) terhadap	99
Tabel IV. 30 Uji Koefisien Determinasi (X2) terhadap Y	100
Tabel IV. 31 Uji Koefisien Determinasi (X2) terhadap Y	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian	115
Lampiran 2 Survei Awal Penelitian.....	116
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel (Y) Keputusan Pembelian	118
Lampiran 4 Daftar Pernyataan Variabel (Y) Keputusan Pembelian	119
Lampiran 5 Instrumen Uji Coba Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....	120
Lampiran 6 Perhitungan Analisis Butir Variabel (Y) Keputusan Pembelian	121
Lampiran 7 Data perhitungan validitas variabel (Y) Keputusan Pembelian.....	122
Lampiran 8 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel (Y) Keputusan Pembelian	123
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel (X1) Citra Merek	124
Lampiran 10 Daftar Pernyataan variable (X1) Citra Merek	125
Lampiran 11 Instrumen Uji Coba Variabel (X1) Citra Merek.....	126
Lampiran 12 Perhitungan Analisis Butir Citra Merek Variabel (X1)	127
Lampiran 13 Data Perhitungan Validitas variabel (X1) Citra Merek.....	128
Lampiran 14 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel (X1) Citra Merek	129
Lampiran 15 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel (X2) Desain Produk	130
Lampiran 16 Daftar Pernyataan Variabel (X2) Desain Produk.....	131
Lampiran 17 Daftar Pernyataan Variabel (X2) Desain Produk.....	132
Lampiran 18 Perhitungan Analisis Butir Variabel (X2) Desain Produk	133
Lampiran 19 Data Perhitungan Validitas variabel (X2) Desain Produk.....	134
Lampiran 20 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel (X2) Desain Produk	135
Lampiran 21 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel (X3) Harga.....	136
Lampiran 22 Daftar Pernyataan Variabel (X3) Harga	137
Lampiran 23 Daftar Pernyataan Variabel (X3) Harga.....	138
Lampiran 24 Perhitungan Analisis Butir Variabel (X3) Harga.....	139
Lampiran 25 Data Perhitungan Validitas variabel (X3) Harga.....	140

Lampiran 26 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel (X3) Harga	141
Lampiran 27 Kuesioner Final Penelitian Variabel (Y) Keputusan Pembelian ..	142
Lampiran 28 Daftar Pernyataan Final Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....	143
Lampiran 29 Data Mentah Variabel (Y) Keputusan Pembelian	144
Lampiran 30 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Variabel (Y) Keputusan Pembelian	147
Lampiran 31 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Keputusan Pembelian Variabel Y	148
Lampiran 32 Skor Indikator Dominan Keputusan Pembelian Variabel Y	149
Lampiran 33 Kuesioner Final Penelitian Variabel (X1) Citra Merek	150
Lampiran 34 Daftar Pernyataan Final Variabel (X1) Citra Merek.....	151
Lampiran 35 Data Mentah Variabel (X1) Citra Merek	152
Lampiran 36 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Variabel (X1) Citra Merek	155
Lampiran 37 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 Citra Merek	156
Lampiran 38 Skor Indikator Dominan Variabel (X1) Citra Merek.....	157
Lampiran 39 Kuesioner Final Penelitian Variabel (X2) Desain Produk	158
Lampiran 40 Daftar Pernyataan Final Variabel (X2) Desain Produk.....	159
Lampiran 41 Data Mentah Variabel (X2) Desain Produk	160
Lampiran 42 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Variabel (X2) Desain Produk	163
Lampiran 43 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel (X2) Desain Produk	164
Lampiran 44 Skor Indikator Dominan Variabel (X2) Desain Produk.....	165
Lampiran 45 Kuesioner Final Penelitian Variabel (X3) Harga.....	166
Lampiran 46 Daftar Pernyataan Variabel (X3) Harga.....	167
Lampiran 47 Data Mentah Variabel (X3) Harga.....	168
Lampiran 48 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian, Simpangan Baku Variabel (X3) Harga.....	171

Lampiran 49 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel (X3) Harga.....	172
Lampiran 50 Skor Indikator Dominan Variabel (X3) Harga	173
Lampiran 51 Data Mentah Variabel X1 (Citra Merek), X2 (Desain Produk) dan X3 (Harga) dengan Y (Keputusan Pembelian).....	174
Lampiran 52 Perhitungan Uji Normalitas	178
Lampiran 53 Perhitungan Uji Linieran Regresi X1 dengan Y	179
Lampiran 54 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX1$..	180
Lampiran 55 Perhitungan Keberartian Regresi X1 dengan Y.....	181
Lampiran 56 Perhitungan Korelasi Pearson Correlation X1 dengan Y	182
Lampiran 57 Perhitungan Koefisien Determinasi X1 dengan Y.....	183
Lampiran 58 Perhitungan Uji Linieran Regresi X2 dengan Y	184
Lampiran 59 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX2$..	185
Lampiran 60 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X2 dengan Y	186
Lampiran 61 Perhitungan Korelasi Pearson Correlation X2 dengan Y	187
Lampiran 62 Perhitungan Koefisien Determinasi X2 dengan Y	188
Lampiran 63 Perhitungan Uji Linieran Regresi X3 dengan Y	189
Lampiran 64 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX3$..	190
Lampiran 65 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X3 dengan Y	191
Lampiran 66 Perhitungan Korelasi Pearson Correlation X3 dengan Y	192
Lampiran 67 Perhitungan Koefisien Determinasi X3 dengan Y	193
Lampiran 68 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	194
Lampiran 69 Perhitungan Koefisien Determinasi X1 ,X2 dan X3 dengan Y	195
Lampiran 70 T Tabel	196
Lampiran 71 Daftar Responden Uji Coba.....	197
Lampiran 72 Daftar Responden Uji Final.....	198