

***Pengaruh Perceived Organizational Support dan Employee Empowerment  
terhadap Employee Engagement pada Karyawan Digital Marketing***



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Mela Faryhunnisa**

**1801619057**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh**

**Gelar Sarjana Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**JULI 2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING  
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

“Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan *Employee Empowerment* terhadap  
*Employee Engagement* pada Karyawan *Digital Marketing*”

Nama Mahasiswa : Mela Faryhunnisa  
 Nomor Registrasi : 1801619057  
 Jurusan/Program Studi : Psikologi  
 Tanggal Ujian : 27 Juli 2023

Pembimbing 1





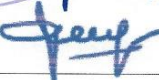

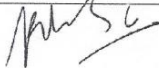
Lupi Yudhaningrum, M.Psi,  
 NIP. 8802680018

Pembimbing 2



Liza Yudhita Widyastuti, M.Psi,  
 NIP. 199104252022032009

**Panitia Ujian Sidang Skripsi**

Nama	TTD	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi. (Penanggungjawab)*		07 (09/23
Dr. Gungum Gumelar, M.Si. (Wakil Penanggungjawab)**		10 (08/23
Dr. Gungum Gumelar, M.Si. (Ketua Penguji)***		10 Agustus 2023
Herdiyan Maulana, Ph.D. (Anggota 1)****		10 Agustus 2023
Rahmadianty Gazadinda, M.Sc. (Anggota 2)		10 Agustus 2023

Catatan:

\*Dekan FPPsi

\*\*Wakil Dekan I

\*\*\*Ketua Penguji

\*\*\*\*Dosen Penguji selain pembimbing

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Nama : Mela Faryhunnisa

NIM : 1801619057

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "**Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan *Employee Empowerment* terhadap *Employee Engagement* pada Karyawan *Digital Marketing***" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dari bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Juli 2023.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 19 September 2023

Yang membuat pernyataan,



Mela Faryhunnisa

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kegagalan bukanlah 100% kegagalan, kegagalan memberikan kita banyak pelajaran untuk terus mengevaluasi diri. Ketahuilah bahwa keberhasilanmu sedang menunggumu”

**(Penulis)**

“Bangunlah kesuksesan dari kegagalan. Keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncatan paling baik menuju kesuksesan”

**(Dale Carnegie)**

Skripsi ini saya persembahkan kepada Mama, Bapak, Aa, Nenek, dan Kakek sebagai keluarga yang telah mendukung penuh Pendidikan saya selama ini. Tak lupa juga kepada dosen pembimbing yang telah membimbing saya untuk akhirnya menyelesaikan skripsi ini. Lalu, saya juga ingin mempersembahkan skripsi ini ke diri sendiri sebagai akhir dari 4 tahun perjalanan kuliah yang sangat berarti.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Mela Faryhunnisa  
NIM : 1801619057  
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi / Psikologi  
Alamat email : Melafaryhunnisa@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 Perceived Organizational Support dan Employee Empowerment terhadap

Employee Engagement pada Karyawan Digital Marketing

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, 19 September 2023

Penulis



( nama dan tanda tangan  
Mela Faryhunnisa )

**MELA FARYHUNNISA**

Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan *Employee Empowerment*  
terhadap *Employee Engagement* pada Karyawan *Digital Marketing*

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

2023

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *perceived organizational support* dan *employee empowerment* terhadap *employee engagement* pada karyawan *digital marketing*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan *digital marketing* di Indonesia dengan minimal masa kerja satu tahun. Sampel dalam penelitian ini ialah karyawan *digital marketing* dengan lokasi kantor di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi dengan minimal masa kerja satu tahun sejumlah 293 responden. Pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Work Engagement Scale* dari Widarnandana (2019), *Survey of Perceived Organizational Support* yang diadaptasi oleh Syahputra dan Yundianto (2022), dan *Perception of Empowerment* dari Roller (1998). Hasil analisis data menunjukkan nilai *sig* 0.00 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *perceived organizational support* dan *employee empowerment* terhadap *employee engagement*.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Employee Empowerment, Employee Engagement, Karyawan, Perceived Organizational Support.*

**MELA FARYHUNNISA**

*Effects of Perceived Organizational Support and Employee Empowerment on  
Employee Engagement in Digital Marketing Employees*

*Thesis*

*Jakarta: Psychology Study Program, Faculty of Psychology Education*

*State University of Jakarta*

2023

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of perceived organizational support and employee empowerment on employee engagement among digital marketing employees. This study uses quantitative research methods with multiple regression analysis. The population in this study are digital marketing employees in Indonesia with a minimum working period is one year. The sample in this study were digital marketing employees with office locations in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi with a minimum working period is one year and there were 293 respondents. Sampling technique using convenience sampling. The instruments used in this study are Work Engagement Scale from Widarnandana (2019), Survey of Perceived Organizational Support adapted by Syahputra and Yundianto (2022), and Perception of Empowerment from Roller (1998). The results of data analysis showed a sig value of 0.00 indicated that there was a positive and significant effect between perceived organizational support and employee empowerment on employee engagement.*

*Keywords: Digital Marketing, Employee Empowerment, Employee Engagement, Employees, Perceived Organizational Support.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas segala puji dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan *Employee Empowerment* terhadap *Employee Engagement* pada Karyawan *Digital Marketing*”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi). Dalam prosesnya, penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih pada pihak-pihak berikut.

1. Ibu Prof. Yufiarti, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Mira Ariyani, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr.phil Zarina Akbar, M.Psi selaku Koordinator Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Lupi Yudhaningrum, M.Psi selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, serta semangat dan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi.
5. Ibu Liza Yudhita Widyastuti, M.Psi selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, serta semangat dan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang senantiasa memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh karyawan dan staf Program Studi, Fakultas Pendidikan Psikologi, dan Universitas Negeri Jakarta yang senantiasa memberikan



bantuan dan arahan kepada penulis dalam berbagai urusan administrasi selama masa perkuliahan.

8. Mama, Bapak, dan Kakak yang senantiasa memberikan dukungan dalam segala bentuk yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
9. Lala, Fifa, dan Arum sebagai teman dekat penulis dari awal masa perkuliahan sampai sekarang yang telah banyak membantu penulis serta saling memotivasi.
10. Kak Regarian sebagai sosok pasangan, sahabat, dan kakak yang juga telah mendukung penuh dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kakak abang RECYCLE seperti Kak Anniza, Kak Diani, Bang Bijak, Bang Salamun, dan Bang Devo serta tidak lupa Bu Lussy sebagai Dosen Pembina komunitas RECYCLE yang telah banyak mengajarkan penulis banyak hal terutama terkait hal akademik.
12. Teman-teman Angkatan 2019 yang telah kebersamai perjalanan penulis dengan canda tawanya.
13. Kepada seluruh responden dalam penelitian ini yang sudah berpartisipasi dan membantu proses penelitian
14. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis tuliskan satu-persatu.

Jakarta, 21 Juli 2023

Mela Faryhunnisa

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.6.2 Manfaat Praktis.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1 <i>Employee Engagement</i> .....	15
2.1.1 Definisi <i>Employee Engagement</i> .....	15
2.1.2 Dimensi <i>Employee Engagement</i> .....	16
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Employee Engagement</i> .....	17
2.1.4 Klasifikasi <i>Employee Engagement</i> .....	18
2.2 <i>Perceived Organizational Support</i> .....	20
2.2.1 Definisi <i>Perceived Organizational Support</i> .....	20
2.2.2 Dimensi <i>Perceived Organizational Support</i> .....	21
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Organizational Support</i> .....	22

2.3 <i>Employee Empowerment</i> .....	24
2.3.1 Definisi <i>Employee Empowerment</i> .....	24
2.3.2 Dimensi <i>Employee Empowerment</i> .....	25
2.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Employee Empowerment</i> .....	26
2.4 <i>Digital Marketing</i> .....	27
2.4.1 Definisi <i>Digital Marketing</i> .....	27
2.4.2 Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i> .....	27
2.4.3 Keunggulan dan Kelemahan <i>Digital Marketing</i> .....	30
2.5 Dinamika Hubungan <i>Employee Engagement, Perceived Organizational Support, dan Employee Empowerment</i> .....	32
2.5.1 Hubungan <i>Employee Engagement</i> dengan <i>Perceived Organizational Support</i> .....	32
2.5.2 Hubungan <i>Employee Engagement</i> dengan <i>Employee Empowerment</i> .....	32
2.5.3 Hubungan <i>Perceived Organizational Support</i> dengan <i>Employee Empowerment</i> .....	33
2.6 Kerangka Pemikiran .....	34
2.7 Hipotesis .....	36
2.8 Hasil Penelitian yang Relevan .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>40</b>
3.1 Tipe Penelitian .....	40
3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	40
3.2.1 Definisi Konseptual .....	41
3.2.2 Definisi Operasional .....	41
3.3 Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Instrumen <i>Work Engagement Scale</i> .....	43
3.4.2 Instrumen <i>Survey of Perceived Organizational Support</i> .....	46
3.4.3 Instrumen <i>Perception of Impowerment</i> .....	47
3.5 Uji Coba .....	47

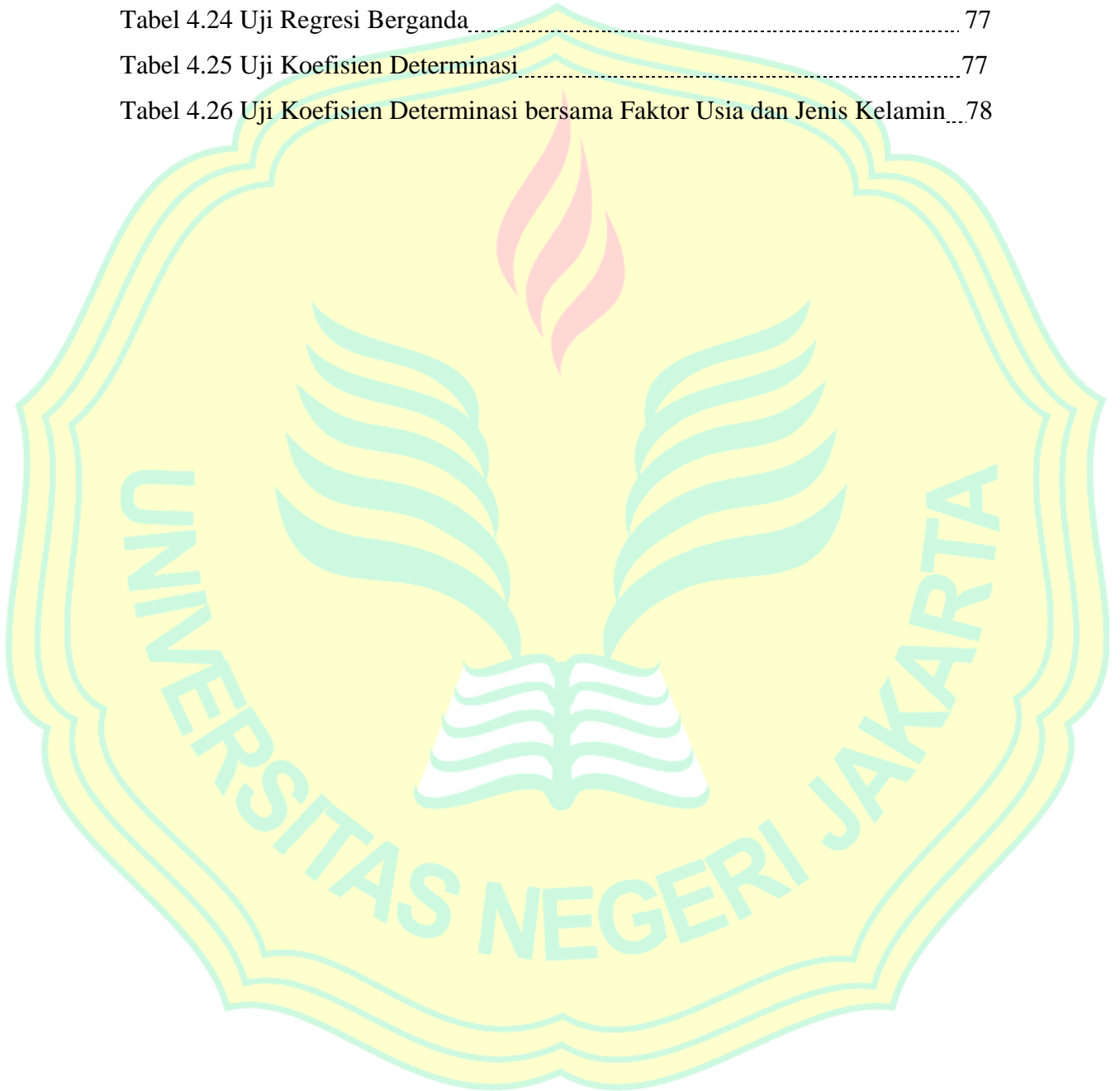
3.5.1 Hasil Uji Coba Instrumen <i>Work Engagement Scale</i> .....	48
3.5.2 Hasil Uji Coba Instrumen <i>Survey of Perceived Organizational Support</i> .....	50
3.5.3 Hasil Uji Coba Instrumen <i>Perception of Impowerment</i> .....	51
3.6 Analisis Data .....	52
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.6.2 Uji Linieritas.....	52
3.6.3 Uji Normalitas.....	53
3.6.4 Uji Multikolinearitas.....	53
3.6.5 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.6.6 Uji Pengaruh.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Responden.....	55
4.1.1 Gambaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2 Gambaran Responden berdasarkan Usia.....	55
4.1.3 Gambaran Responden berdasarkan Pekerjaan.....	56
4.1.4 Gambaran Responden berdasarkan Bidang Industri.....	57
4.1.5 Gambaran Responden berdasarkan Lama Bekerja.....	59
4.1.6 Gambaran Responden berdasarkan Sistem Bekerja.....	59
4.1.7 Gambaran Responden berdasarkan Rentang Gaji.....	60
4.1.8 Gambaran Responden berdasarkan Lokasi Kerja.....	61
4.1.9 Gambaran Responden berdasarkan Status Pekerjaan.....	61
4.2 Prosedur Penelitian.....	62
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	62
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	63
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	64
4.3.1 Data Deskriptif <i>Employee Engagement</i> .....	64
4.3.2 Data Deskriptif <i>Perceived Organizational Support</i> .....	64
4.3.3 Data Deskriptif <i>Employee Empowerment</i> .....	65
4.3.4 Kategorisasi <i>Employee Engagement</i> .....	66
4.3.5 Kategorisasi <i>Perceived Organizational Support</i> .....	67
4.3.6 Kategorisasi <i>Employee Empowerment</i> .....	68

4.3.7 Tabulasi Silang <i>Employee Engagement</i> .....	69
4.3.8 Tabulasi Silang <i>Perceived Organizational Support</i> .....	70
4.3.9 Tabulasi Silang <i>Employee Empowerment</i> .....	71
4.4 Uji Normalitas.....	72
4.5 Uji Linieritas.....	73
4.6 Uji Multikolinearitas.....	73
4.7 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.8 Uji Pengaruh.....	75
4.9 Pembahasan.....	77
4.10 Keterbatasan Penelitian.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi.....	82
5.3 Saran.....	83
5.3.1 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
5.3.2 Bagi Perusahaan.....	83
5.3.3 Bagi Karyawan <i>Digital Marketing</i> .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>100</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b> .....	<b>160</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Bekerja.....	41
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Skala <i>Employee Engagement</i> .....	42
Tabel 3.3 <i>Blueprint</i> Skala <i>Perceived Organizational Support</i> .....	45
Tabel 3.4 <i>Blueprint</i> Skala <i>Employee empowerment</i> .....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Diskriminasi <i>Item</i> Instrumen <i>Work Engagement</i> pada Karyawan <i>Digital Marketing</i> .....	48
Tabel 3.6 Hasil Uji Diskriminasi <i>Item</i> Instrumen <i>Survey of Perceived Organizational Support (SPOS)</i> pada Karyawan <i>Digital Marketing</i> .....	50
Tabel 3.6 Hasil Uji Diskriminasi <i>Item</i> Instrumen <i>Perception of Empowerment Instrument (PEI)</i> pada Karyawan <i>Digital Marketing</i> .....	51
Tabel 4.1 Data Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Data Distribusi Responden berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Data Distribusi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.4 Data Distribusi Responden berdasarkan Bidang Industri.....	57
Tabel 4.5 Data Distribusi Responden berdasarkan Lama Bekerja.....	59
Tabel 4.6 Data Distribusi Responden berdasarkan Sistem Bekerja.....	60
Tabel 4.7 Data Distribusi Responden berdasarkan Rentang Gaji.....	60
Tabel 4.8 Data Distribusi Responden berdasarkan Lokasi Kerja.....	61
Tabel 4.9 Data Distribusi Responden berdasarkan Status Pekerjaan.....	62
Tabel 4.10 Data Deskriptif <i>Employee Engagement</i> .....	64
Tabel 4.11 Data Deskriptif <i>Perceived Organizational Support</i> .....	65
Tabel 4.12 Data Deskriptif <i>Employee Empowerment</i> .....	66
Tabel 4.13 Data Deskriptif Usia.....	66
Tabel 4.14 Kategorisasi <i>Employee Engagement</i> .....	68
Tabel 4.15 Kategorisasi <i>Perceived Organizational Support</i> .....	69
Tabel 4.16 Kategorisasi <i>Employee Empowerment</i> .....	70
Tabel 4.17 Tabulasi Silang <i>Employee Engagement</i> dengan Rentang Gaji.....	71
Tabel 4.18 Tabulasi Silang <i>Perceived Organizational Support</i> dengan Rentang Gaji.....	72
Tabel 4.19 Tabulasi Silang <i>Employee Empowerment</i> dengan Rentang Gaji.....	73

Tabel 4.20 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.21 Uji Linearitas.....	74
Tabel 4.22 Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.23 Uji Regresi Berganda Signifikansi ANOVA.....	76
Tabel 4.24 Uji Regresi Berganda.....	77
Tabel 4.25 Uji Koefisien Determinasi.....	77
Tabel 4.26 Uji Koefisien Determinasi bersama Faktor Usia dan Jenis Kelamin.....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Trickle-down Effects</i> pada <i>Perceived Organizational Support</i> .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas .....	93





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara .....	101
Lampiran 2. Lembar Penjelasan dan Lembar Persetujuan.....	140
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Work Engagement Scale</i> .....	145
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Survey of Perceived Organizational Support</i> .....	145
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen <i>Perception of Empowerment</i> .....	145
Lampiran 6. Hasil Uji Diskriminasi <i>Item</i> Instrumen <i>Work Engagement Scale</i> .....	146
Lampiran 7. Hasil Uji Diskriminasi <i>Item</i> Instrumen <i>Survey of Perceived Organizational Support</i> .....	146
Lampiran 8. Hasil Uji Diskriminasi <i>Item</i> Instrumen <i>Perception of Empowerment</i> .....	147
Lampiran 9. Hasil Analisis Deskriptif.....	147
Lampiran 10. Tabulasi Silang <i>Employee Engagement</i> dengan Data Demografis.....	148
Lampiran 11. Tabulasi Silang <i>Perceived Organizational Support</i> dengan Data Demografis.....	149
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas.....	149
Lampiran 13. Hasil Uji Linieritas.....	150
Lampiran 14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	150
Lampiran 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	151
Lampiran 16. Hasil Uji Regresi Berganda.....	151
Lampiran 17. Hasil Koefisien Determinasi dan Korelasi.....	152
Lampiran 18. Kuesioner Penelitian.....	152