



# PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN

## TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN

### TOYOTA *LIVE SHOWROOM*

Oleh:

Nama : Rosita Liefianti

NIM : 29180007

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## PENGESAHAN

# PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN TOYOTA *LIVE SHOWROOM*

**Diajukan Oleh:**

**Nama:** Rosita Liefianti

**NIM:** 29180007

**Jakarta, Oktober 2021**

**Disetujui oleh:**

Pembimbing,

**(Morryessa Brandinie, S.E., M.M.)**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2021**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Rosita Liefianti / 29180007 / 2021 / Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Toyota *Live Showroom* / Pembimbing: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pengguna dari layanan Toyota *Live Showroom* melalui variabel kepercayaan merek dan kualitas layanan. Hal ini mengacu kepada beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepercayaan merek dan kualitas layanan yang baik dapat berpengaruh kepada kepuasan pengguna.

Kepuasan Pengguna adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Jika kinerja jauh dari harapan, maka konsumen tidak merasa puas. Jika sesuai harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang.

Objek penelitian ini adalah Toyota *Live Showroom*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgement sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi, yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinieritas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pengguna berdasarkan uji t yang dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek dan kualitas layanan memiliki nilai signifikansi dibawah 0,050 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kepercayaan merek dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan Toyota *Live Showroom*.

Kata kunci: kepercayaan merek, kualitas layanan, kepuasan pengguna.



## ABSTRACT

Rosita Liefianti / 29180007 / 2021 / *The Influence of Brand Trust and Service Quality on Toyota Live Showroom Service User Satisfaction* / Advisor: Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

*The purpose of this study was to determine user satisfaction from the Toyota Live Showroom service through the variables of brand trust and service quality. This refers to several previous studies which state that brand trust and good service quality can affect user satisfaction.*

*User satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product or service's perceived performance as expected. If performance is far from expectations, then consumers are not satisfied. If it matches expectations, the consumer will be satisfied. If it exceeds expectations, the consumer will feel very satisfied or happy.*

*The object of this research is the Toyota Live Showroom. The data collection technique used is a communication technique by distributing questionnaires through Google Form. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. The data analysis technique used in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple regression analysis.*

*The results of the classical assumption test show that the regression model meets the assumptions, namely the residuals are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict user satisfaction based on the t-test which can be concluded that brand trust and service quality have a significance value below 0.050 so that the hypothesis is accepted.*

*The conclusion of this study is that brand trust and service quality have a positive influence on user satisfaction with Toyota Live Showroom services.*

**Keywords:** *brand trust, service quality, user satisfaction.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat pertolongan dan kasih-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan, dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini
2. Ci Elizabeth Saskia selaku *Department Head Research and Data Center* PT Toyota-Astra Motor, Kak Silvester Lucky selaku *Section Head Research* PT Toyota-Astra Motor, serta Kak Felix Theodore selaku *Staff Future Study* PT Toyota-Astra Motor yang telah memberikan bimbingan dan dukungan besar terhadap penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
4. Orang tua dan adik-adik penulis yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Teman-teman terdekat penulis yaitu Evi Muliasari, Prisca Hartanti, Priscilla Hartanti, Eileentya Natassja D, Devita Lisea S, dan Livia Felicia H yang tak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis.





6. Teman-teman dari Badan Perwakilan Mahasiswa 2019/2020 dan Badan Perwakilan

Mahasiswa 2020/2021, khususnya Rismarani Setyaningrum, Meilinda Purnama S, Judith Melvina Q, Novi Savira, Andrian Yudha Putra P, Denni Tanoyo, Tirza Naftali, dan Jesselin Vemberain.

7. Ketujuh member BTS, kesembilan member Twice, dan ketiga belas member Seventeen yang telah menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Serta pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan moral serta bimbingannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Oktober 2021

Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Identifikasi Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Batasan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Batasan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E. Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F. Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G. Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Bagi Penulis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Bagi Perusahaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Bagi Pihak Lain .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Kepercayaan Merek .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Kualitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Kualitas Layanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Kepuasan Pengguna .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D. Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A. Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B. Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>





2.	Metode Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Kontrol Peneliti terhadap Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Tujuan Studi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Dimensi Waktu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6.	Cakupan Topik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
7.	Lingkungan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
8.	Kesadaran Persepsi Partisipan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Kepercayaan Merek (X1).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Kualitas Layanan (X2).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Kepuasan Pengguna (Y) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Teknik Pengukuran Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F.	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Analisis Statistik Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Analisis Regresi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Toyota Live Showroom .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Logo Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Analisis Profil Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Analisis Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C.	Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Analisis Regresi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
D.	Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tanpa izin IBIKKG.





1.	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pengguna layanan Toyota <i>Live Showroom</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna layanan Toyota <i>Live Showroom</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Toyota <i>Live Showroom</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
6.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengguna	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		
A.	Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
B.	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Bagi Perusahaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 .....	1
Gambar 1.2. Grafik Penjualan Mobil .....	3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4.1 Gambar Logo Toyota.....	47

© Hakipta IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 1.....	22
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu 2.....	22
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu 3.....	23
Tabel 2.4. Penelitian Terdahulu 4.....	24
Tabel 2.5. Penelitian Terdahulu 5.....	25
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek.....	30
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	31
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pengguna .....	33
Tabel 3.4. Jawaban Skala Likert.....	35
Tabel 3.5. Rentang Skala.....	36
Tabel 4.1 Fitur Toyota Live Showroom .....	46
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek .....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.9 Skor Rata-Rata Variabel Kepercayaan Merek .....	54
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan.....	56
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Pengguna .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	62





Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Koefisien.....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Keberhasilan Model (Uji F).....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji T).....	66
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	67

**Hak Cipta Milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Hak Cipta dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pra-Kuesioner .....	77
LAMPIRAN 2 Data Pra-Kuesioner Variabel Kepercayaan Merek.....	83
LAMPIRAN 3 Data Pra-Kuesioner Variabel Kualitas Layanan.....	84
LAMPIRAN 4 Data Pra-Kuesioner Variabel Kepuasan Pengguna .....	86
LAMPIRAN 5 Hasil Output Uji Validitas Pra-Kuesioner Kepercayaan Merek.....	87
LAMPIRAN 6 Hasil Output Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner Kepercayaan Merek.....	87
LAMPIRAN 7 Hasil Output Uji Validitas Pra-Kuesioner Kualitas Layanan .....	88
LAMPIRAN 8 Hasil Output Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner Kualitas Layanan .....	89
LAMPIRAN 9 Hasil Output Uji Validitas Pra-Kuesioner Kepuasan Pengguna.....	89
LAMPIRAN 10 Hasil Output Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner Kepuasan Pengguna.....	89
LAMPIRAN 11 Kuesioner.....	90
LAMPIRAN 12 Kuesioner dengan Google Form.....	95
LAMPIRAN 13 Data Kuesioner Variabel Kepercayaan Merek .....	100
LAMPIRAN 14 Data Kuesioner Variabel Kualitas Layanan .....	103
LAMPIRAN 15 Data Kuesioner Variabel Kepuasan Pengguna.....	109
LAMPIRAN 16 Data Profil Responden.....	112
LAMPIRAN 17 Hasil Output Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	115
LAMPIRAN 18 Hasil Output Profil Responden berdasarkan Usia .....	116
LAMPIRAN 19 Hasil Output Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	116
LAMPIRAN 20 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Kepercayaan Merek .....	116
LAMPIRAN 21 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Kualitas Layanan .....	117





LAMPIRAN 22 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence

© Hascipta Miliki IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Interval Kepuasan Pengguna.....	117
LAMPIRAN 23 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas .....	118
LAMPIRAN 24 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Heterokedastisitas .....	118
LAMPIRAN 25 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinieritas .....	118
LAMPIRAN 26 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Autokorelasi .....	119
LAMPIRAN 27 Hasil Output Analisis Regresi Berganda .....	119
LAMPIRAN 28 Hasil Output Analisis Regresi Berganda Uji t.....	119
LAMPIRAN 29 Hasil Output Analisis Regresi Berganda Koefisien Determinan.....	120

Hascipta Miliki IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.