

PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP NIAT BELI *BTS*

MEAL DI KELAPA GADING JAKARTA UTARA DENGAN *VIRAL*

MARKETING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Disusun Oleh:

Nama: Anggie Fitriyah Wulandary

NIM: 28180473

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

AGUSTUS 2022



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 BRAND AMBASSADOR TERHADAP NIAT BELI BTS MEAL DI KELAPA GADING JAKARTA UTARA DENGAN VIRAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Diajukan Oleh:

Nama: Anggie Fitriyah Wulandary

NIM: 28180473

Jakarta, 19 Agustus 2022

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing



(Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.)

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
K I B I K K G (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. Mengutip 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.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

ABSTRAK

Anggie Fitriyah Wulandary / 28180473 / 2022 / Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap niat beli BTS Meal di Kelapa Gading Jakarta Utara dengan *Viral Marketing* sebagai variabel mediasi / Pembimbing: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Brand ambassador adalah seseorang yang memiliki daya tarik terhadap konsumen dan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. *Brand ambassador* ini sudah banyak digunakan oleh para pelaku bisnis salah satunya yaitu McDonald's, McDonald's menjadikan BTS sebagai *brand ambassador*. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul: Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Niat Beli BTS Meal di Kelapa Gading Jakarta Utara dengan *Viral Marketing* sebagai variabel mediasi.

Teori dasar dalam penelitian ini adalah teori e-WoM yang menyatakan bahwa *viral marketing* merupakan salah satu bagian dari e-WoM dan menjadi variabel mediasi dari *brand ambassador* yang berpengaruh pada niat beli.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian BTS Meal di Kelapa Gading Jakarta Utara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan *Judgmental Sampling*, dengan sampel sebanyak 113 responden. Teknik analisis data yang digunakan uji analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, *Path analysis*, *sobel test* serta uji regresi. Data diolah menggunakan SPSS 24.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinieritas. Hasil analisis *path analysis* menentukan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi *viral marketing* dan niat beli konsumen.

Kesimpulan penelitian ini adalah *Brand ambassador*, *viral marketing* terbukti berpengaruh terhadap niat beli konsumen BTS Meal. Sebaiknya McDonald's mempertahankan menggunakan BTS sebagai *brand ambassador* dalam mempromosikan produk serta memperluas pendistribusian produk untuk meningkatkan niat beli McDonald's di Kelapa Gading Jakarta Utara.

Kata Kunci: *Brand Ambassador*, *Viral Marketing*, *E-WoM*, Niat Beli



ABSTRACT

Anggie Fitriyah Wulandary / 28180473 / 2022 / *The influence of Brand Ambassador on the purchase intention of BTS Meal in Kelapa Gading, North Jakarta with Viral Marketing as the mediating variable* / Supervisor: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

A brand ambassador is someone who has an appeal to consumers and can influence consumers to buy the product. This brand ambassador has been widely used by business people, one of which is McDonald's, McDonald's makes BTS as brand ambassadors. Therefore, researchers are interested in conducting research with the title: *The Influence of Brand Ambassadors on Purchase Intentions for BTS Meal in Kelapa Gading, North Jakarta with Viral Marketing as a mediating variable*.

The basic theory in this study is the e-WoM theory which states that viral marketing is one part of e-WoM and is a mediating variable from brand ambassadors that affects purchase intention.

Respondents in this study were consumers who had purchased BTS Meal in Kelapa Gading, North Jakarta. The sampling technique used is non-probability sampling using Judgmental Sampling, with a sample of 113 respondents. The data analysis technique used was descriptive analysis test, validity test, reliability test, classical assumption test, path analysis, Sobel test and regression test. The data was processed using SPSS 24.

The results of the classical assumption test show that the regression model meets the assumptions that the residuals are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of the path analysis analysis determine that the regression model can be used to predict viral marketing and consumer purchase intentions.

This study concludes that brand ambassadors, viral marketing are proven to have an effect on the purchase intention of BTS Meal consumers. McDonald's should maintain using BTS as brand ambassadors in promoting products and expanding product distribution to increase McDonald's purchase intentions in Kelapa Gading, North Jakarta.

Keywords: Brand Ambassador, Viral Marketing, E-WoM, Purchase Intention





KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang melimpah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun agar dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan kontribusi kepada peneliti baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan, serta motivasi dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta arahan untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.

2. Seluruh dosen dan staf pengajar di Kwik Kian Gie School Of Business yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama masa perkuliahan.

3. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberi dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh teman-teman yang memberikan dukungan dan bantuan ketika peneliti merasa ada kesulitan selama menyusun skripsi serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.

© Hak Cipta milik IBIKKG 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.

tanpa izin IBIKKG.



Akhir kata, Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang sempurna dan banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat bagi peneliti. Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2022

Anggie Fitriyah Wulandary

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 ISI



1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	3
ABSTRACT.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
1. <i>Brand Ambassador</i>	Error! Bookmark not defined.
a. Definisi <i>Brand Ambassador</i>	Error! Bookmark not defined.
b. Alasan Utama Menggunakan <i>Brand Ambassador</i>	Error! Bookmark not defined.
c. Dimensi dan Indikator <i>Brand Ambassador</i>	Error! Bookmark not defined.
2. e-WOM.....	Error! Bookmark not defined.
a. Definisi e-WOM.....	Error! Bookmark not defined.
b. Dimensi dan Indikator e-WOM.....	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Viral Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
a. Definisi <i>Viral Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
b. Dimensi dan Indikator <i>Viral Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
4. Niat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
a. Definisi Niat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
b. Dimensi dan Indikator Niat Beli.....	Error! Bookmark not defined.



B. Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**

C. Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**

 1. Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Niat Beli **Error! Bookmark not defined.**

 2. Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Viral Marketing* **Error! Bookmark not defined.**

 3. Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Niat Beli..... **Error! Bookmark not defined.**

 4. Mediasi *Viral Marketing* pada Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Niat Beli. **Error! Bookmark not defined.**

D. Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

BAB III **Error! Bookmark not defined.**

METODE PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

A. Objek Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Desain Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Variabel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

D. Teknik Pengambilan Sampel **Error! Bookmark not defined.**

E. Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**

F. Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

 1. Uji Validitas..... **Error! Bookmark not defined.**

 2. Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

 3. Analisis Deskriptif..... **Error! Bookmark not defined.**

 4. Uji Asumsi Klasik..... **Error! Bookmark not defined.**

 a. Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**

 b. Uji Multikolinieritas **Error! Bookmark not defined.**

 c. Uji Homoskedastisitas..... **Error! Bookmark not defined.**

 5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)..... **Error! Bookmark not defined.**

 6. Uji Kelayakan Model (Uji F) **Error! Bookmark not defined.**

 7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) **Error! Bookmark not defined.**

 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV **Error! Bookmark not defined.**

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN **Error! Bookmark not defined.**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

 1. Profil Perusahaan **Error! Bookmark not defined.**

 2. Visi dan Misi..... **Error! Bookmark not defined.**

 a. Visi **Error! Bookmark not defined.**

 b. Misi..... **Error! Bookmark not defined.**

 3. Logo Perusahaan..... **Error! Bookmark not defined.**

 4. Profil Responden..... **Error! Bookmark not defined.**

Chancipia IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
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.

a. Usia Responden.....	Error! Bookmark not defined.
b. Jenis Kelamin Responden	Error! Bookmark not defined.
c. Pendidikan.....	Error! Bookmark not defined.
d. Status	Error! Bookmark not defined.
B Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
a. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
b. Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3. Persamaan Regresi.....	Error! Bookmark not defined.
1. Regresi <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Viral Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
a. Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
2. Regresi <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Viral Marketing</i> terhadap Niat Beli	Error! Bookmark not defined.
a. Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	Error! Bookmark not defined.
4. Uji Sobel (<i>Sobel test</i>).....	Error! Bookmark not defined.
C Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Niat Beli	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Viral Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh <i>Viral Marketing</i> terhadap Niat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
4. Mediasi <i>Viral Marketing</i> pada Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Niat Beli. Error! Bookmark not defined.	Error! Bookmark not defined.
5. Koefisien Determinasi <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Viral Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
6. Koefisien Determinasi Mediasi <i>Viral Marketing</i> pada Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Niat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



© 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.

DAFTAR TABEL

<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p style="margin-left: 20px;">a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p style="margin-left: 20px;">b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p style="text-align: center;">Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu I.....15</p> <p>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu II.....16</p> <p>Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu III.....16</p> <p>Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu IV.....17</p> <p>Tabel 3.1 Operasional Variabel <i>Brand Ambassador</i>.....22</p> <p>Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Viral Marketing</i>.....23</p> <p>Tabel 3.3 Operasional Variabel Niat Beli.....23</p> <p>Tabel 4.1 Profil Responden Usia.....34</p> <p>Tabel 4.2 Profil Responden Jenis Kelamin.....35</p> <p>Tabel 4.3 Profil Responden Pendidikan.....35</p> <p>Tabel 4.4 Profil Responden Status.....36</p> <p>Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....37</p> <p>Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....38</p> <p>Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata <i>Brand Ambassador</i>.....39</p> <p>Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata <i>Viral Marketing</i>.....40</p> <p>Tabel 4.9 Nilai Rata-Rata Niat Beli.....41</p> <p>Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....42</p> <p>Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....43</p> <p>Tabel 4.12 Hasil Uji Homoskedastisitas.....44</p> <p>Tabel 4.13 Hasil Uji Kelayakan Model (F).....44</p> <p>Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikasi Koefisien (t).....45</p> <p>Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²).....46</p> <p>Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....47</p> <p>Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....48</p>
--	--	--

Tabel 4.18 Hasil Uji Homoskedastisitas.....	48
Tabel 4.19 Hasil Uji Kelayakan Model (F).....	49
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikasi Koefisien (t).....	50
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²).....	51
Tabel 4.22 Model Regresi Persamaan I.....	51
Tabel 4.23 Model Regresi Persamaan II.....	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram.....	2
Gambar 1.2 Data Merek Makanan Cepat Saji.....	3
Gambar 1.3 Iklan Bts Meal.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	33
Gambar 4.2 Rentang Skala <i>Brand Ambassador</i>	39
Gambar 4.3 Rentang Skala <i>Viral Marketing</i>	40
Gambar 4.4 Rentang Skala Niat Beli.....	41
Gambar 4.5 Interpretasi Diagram Jalur.....	53
Gambar 4.6 <i>Sobel Test</i>	54

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Data Kuesioner.....	67
Lampiran 3 Analisis Data Responden.....	76
Lampiran 4 Uji Validitas.....	78
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	81
Lampiran 6 Uji Normalitas.....	82
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	83
Lampiran 8 Uji Homoskedastisitas.....	84
Lampiran 9 Uji Kelayakan Model (F).....	85
Lampiran 10 Uji Signifikasi Koefisiensi (t).....	86
Lampiran 11 Uji Koefisiensi Determinasi (R ²).....	87
Lampiran 12 Uji <i>Path Analysis</i>	88
Lampiran 13 Hasil Turnitin.....	89

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.