

# ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA

## MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

### SMARTPHONE XIAOMI

Oleh:

Nama : Ferdian

Nim : 26199029

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

APRIL 2023

Hak cipta milik IBI KKG (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.

**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.



## PENGESAHAN

# ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SMARTPHONE XIAOMI

Diajukan oleh:

Nama : Ferdian

Nim : 26199029

Jakarta, 14 April 2023

Disetujui oleh:

Pembimbing



(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023

© 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.



## ABSTRAK

Ferdian / 26199029 / Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Xiaomi / Pembimbing : Rita Eka Setianingsih,S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* xiaomi. Pada saat ini, permintaan masyarakat terhadap *smartphone* semakin meningkat, hal ini menjadi peluang bagi produsen untuk berinovasi dalam memproduksi *smartphone*. Pilihan konsumen untuk menggunakan *smartphone* saat ini sangat beragam. Beberapa perusahaan pesaing Xiaomi diantaranya Samsung, Apple, Oppo, Vivo, dan sebagainya.

Teori yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh harga, kualitas merek, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen *smartphone* xiaomi. Variabel penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yaitu *independent* dan variabel *dependent*. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah harga, kualitas produk, dan citra merek, sedangkan variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *smartphone* xiaomi merupakan warga domisili DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Terdapat 2 teknik dalam pengumpulan data yaitu teknik observasi dan teknik komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi. Teknik komunikasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden pengguna *Smartphone* Xiaomi. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui referensi buku-buku, jurnal, skripsi dan *website* yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis linear berganda, uji determinasi ( $R^2$ ), uji F, Uji T. Data diolah menggunakan SPSS 20.

Kesimpulan penelitian ini adalah variabel harga terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel citra merek terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian.





Kata Kunci: Harga, Kualitas produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*Ferdian / 26199029 / Analysis of the Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on Xiaomi Smartphone Consumer Purchase Decisions / Advisor : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.*

*This study aims to analyze the influence of price, product quality and brand image on the purchasing decisions of Xiaomi smartphone consumers. At this time, people's demand for smartphones is increasing, this is an opportunity for manufacturers to innovate in producing smartphones. Consumer choices for using smartphones today are very diverse. Some of Xiaomi's competitor companies include Samsung, Apple, Oppo, Vivo, and so on.*

*The theory applied in this study is the analysis of the effect of price, brand quality, and brand image on the purchasing decisions of Xiaomi smartphone consumers. The research variables are divided into two types, namely independent and dependent variables. The independent variables in this study are price, product quality, and brand image, while the dependent variable in this study is purchasing decisions.*

*Respondents in this study were consumers who bought xiaomi smartphone products who were residents of DKI Jakarta domicile. The sampling technique used is that there are 2 techniques in data collection, namely observation techniques and communication techniques. The data collection technique used by the author in this study is a communication technique. Communication technique is done by distributing questionnaires to 100 respondents. Sources of data used in this study consisted of primary data and secondary data. Primary data was obtained by researchers using a questionnaire distributed to respondents using Xiaomi Smartphones. While secondary data was obtained through references to books, journals, theses and websites related to the issues to be discussed in this study with the aim of obtaining the required information. Data analysis techniques used were validity test, reliability test, descriptive analysis, analysis, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear analysis, determination test (R<sup>2</sup>), F test, T test. Data were processed using SPSS 20.*



1. Hak Cipta Dukungi Undang-Undang-Undang.
  - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber; 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.

*The conclusion of this study is that the price variable is proven to have no effect on purchasing decisions. The product quality variable is proven to influence purchasing decisions. The brand image variable is proven to influence purchasing decisions.*

**Keywords:** Price, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision

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.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan Rahmat-Nya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan 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 penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih,S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta saran untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar peneliti selama masa perkuliahan.
3. Mami, Papi, dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat selama penyusunan skripsi ini.
4. Orang-orang terdekat peneliti yang telah memberikan support tanpa henti dalam proses penyusunan skripsi ini, Johandy William, dan Brigitha raranta.
5. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner sehingga penelitian ini boleh berjalan lancar.
6. Para petugas perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti untuk memperoleh buku-buku serta sumber-sumber



yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

7. Pihak lainnya yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan mempunyai banyak kekurangan. Namun, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan bagi penelitian selanjutnya. Tuhan memberkati

Jakarta, Maret 2023

Peneliti



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

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	6
E. Rumusan Masalah	6
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori	8
1. Harga	8
2. Dimensi harga	8
3. Pengertian produk	9
4. Klasifikasi produk	9
5. Kualitas produk	10
6. Merek	12
7. Strategi merek	14
8. Citra merek	16
9. Keputusan pembelian	18





B.	Penelitian terdahulu.....	23
C.	Kerangka Pemikiran.....	26
D.	Hipotesis Penelitian.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		28
A.	Objek Penelitian.....	28
B.	Desain Penelitian.....	28
C.	Variabel Penelitian.....	30
D.	Teknik Pengambilan Sampel.....	33
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
1.	Uji Validitas.....	35
2.	Uji Reliabilitas.....	35
F.	Teknik Analisis Data.....	36
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	36
2.	Uji Asumsi Klasik.....	36
G.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
H.	Pengujian Hipotesis.....	38
1.	Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	38
2.	Uji F.....	39
3.	Uji t.....	39
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....		41
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
1.	Sejarah.....	41
2.	Logo Perusahaan.....	42
3.	Daftar Harga Smartphone xiaomi.....	43
4.	Produk.....	44

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.





B.	Hasil Penelitian.....	45
©	1. Uji Validitas.....	45
	2. Uji Reliabilitas.....	48
	3. Analisis Profil Responden.....	49
	4. Analisis Statistik Deskriptif.....	52
	5. Uji Asumsi Klasik.....	58
	6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
	7. Pembahasan.....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		65
A.	Kesimpulan.....	65
B.	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....		67
LAMPIRAN.....		69

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 TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 1	23
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2	24
Tabel 3.1	Variabel Harga	30
Tabel 3.2	Variabel Kualitas Produk	31
Tabel 3.3	Variabel Citra Merek	32
Tabel 3.4	Variabel Keputusan Pembelian	33
Tabel 4.1	Uji Validitas Harga (X1)	45
Tabel 4.2	Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	45
Tabel 4.3	Uji Validitas Citra Merek (X3)	46
Tabel 4.4	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Harga	48
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Kualitas Produk	48
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Citra Merek	49
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.10	Skor Rata-Rata Variabel Harga	52
Tabel 4.11	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk	53
Tabel 4.12	Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek	55
Tabel 4.13	Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	61



© Hak cipta milik IBKKG (Insitut 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 IBKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tabel 4.18 Hasil Uji F .....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji T .....	62

**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 GAMBAR

Gambar 1.1 Pengiriman smartphone di kuartal II 2022.....	2
Gambar 1.2 Pengiriman Smartphone di Kuartal II 2022.....	3
Gambar 1.3 Data Harga Smartphone Xiaomi Dibanding Merek Lain.....	4
Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Pembelian.....	18
Gambar 4.1 Logo Xiaomi.....	42
Gambar 4.2 Harga Smartphone xiaomi.....	43
Gambar 4.3 Presentase Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.4 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Gambar 4.5 Presentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51

Hasil penelitian ini diterbitkan oleh 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra Kuesioner.....	70
Lampiran 2	Data Pra Kuesioner Variabel Merek.....	74
Lampiran 3	Data Pra Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	75
Lampiran 4	Data Pra Kuesioner Variabel Citra Merek.....	76
Lampiran 5	Data Pra Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	77
Lampiran 6	Hasil Output Uji Validitas Variabel Harga.....	78
Lampiran 7	Hasil Output Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	78
Lampiran 8	Hasil Output Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	79
Lampiran 9	Hasil Output Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	79
Lampiran 10	Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	80
Lampiran 11	Hasil Output Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	80
Lampiran 12	Hasil Output Uji Reliabilitas Citra Merek.....	80
Lampiran 13	Hasil Output Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	80
Lampiran 14	Kuesioner.....	81
Lampiran 15	Data Profil Responden.....	85
Lampiran 16	Hasil Output Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Lampiran 17	Hasil Output Responden Berdasarkan Usia.....	90
Lampiran 18	Hasil Output Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	90
Lampiran 19	Hasil Output Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	90
Lampiran 20	Data Kuesioner Variabel Harga.....	91
Lampiran 21	Data Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	93
Lampiran 22	Data Kuesioner Variabel Citra Merek.....	96
Lampiran 23	Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	98
Lampiran 24	Hasil Output Analisa Deskriptif Rata-Rata Variabel Harga.....	101

Hak Cipta IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) © 2019. Semua 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.





Lampiran 25 Hasil Output Analisa Deskriptif Rata-Rata Variabel Kualitas Produk

101	©	Lampiran 26 Hasil Output Analisa Deskriptif Rata-Rata Variabel Citra Merek.....	102
		Lampiran 27 Hasil Output Analisa Deskriptif Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian.....	103
		Lampiran 28 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas.....	104
		Lampiran 29 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas.....	104
		Lampiran 30 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Uji Heteroskedastisitas.....	105
		Lampiran 31 Hasil Output Regresi Linear Berganda Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ).....	105
		Lampiran 32 Hasil Output Regresi Linear Berganda Uji F.....	106
		Lampiran 33 Hasil Output Regresi Linear Berganda Uji T.....	106

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







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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.

