

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI

JAKARTA BARAT

Oleh :

Nama : Barlian Salim

NIM : 75190045

Karya Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



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

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

PENGESAHAN

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI
JAKARTA BARAT**

Diajukan Oleh :

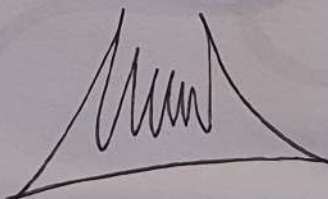
Nama : Barlian Salim

NIM : 75190045

Jakarta, 17 April 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Muhammad Fuad, S.E., M.P.)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2023**



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

Barlian Salim / 75190045 / 2023/ Pengaruh Diferensiasi produk dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Jakarta Barat / Muhammad Fuad, S.E., M.P.

Pada saat ini permintaan akan kendaraan roda empat sangatlah tinggi terutama di kota-kota metropolitan seperti Jakarta yang memiliki tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi serta membutuhkan kendaraan yang bisa memuat penumpang banyak, membawa barang yang banyak, serta bisa tetap nyaman pada saat musim hujan. Namun persepsi harga mobil baru memiliki persepsi harga yang sangat mahal sehingga konsumen yang ingin memiliki uang yang terbatas namun ingin memiliki mobil menjadikan mobil bekas sebagai opsi pertama konsumen untuk dapat memiliki mobil agar dapat bisa memuat penumpang yang banyak, membawa barang yang banyak, serta bisa tetap nyaman pada saat musim hujan. Serta mobil baru sendiri memiliki nilai depresiasi yang sangat tinggi sehingga banyak konsumen yang berusaha untuk menghindari nilai depresiasi tersebut dikarenakan konsumen merasa sangat rugi pada saat membeli mobil baru dan langsung mengalami pengurangan nilai serta mobil baru tersebut langsung dinilai sebagai mobil bekas dikarenakan mobil tersebut sudah berstatus *on the road* karena sudah didaftarkan ke samsat dan sudah memiliki nama. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh diferensiasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Jakarta Barat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai diferensiasi produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian dan terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel dependen dan independent. Variabel dependen sendiri terdiri dari keputusan pembelian dan variabel independent terdiri dari diferensiasi produk dan persepsi harga.

Objek penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli mobil bekas di Jakarta Barat pasca covid serta metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi. Data didapatkan melalui menyebarkan kuesioner menggunakan google form terhadap 125 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh netral dan signifikansi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian serta persepsi harga berpengaruh netral dan signifikansi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan kepada pelaku usaha jual beli mobil bekas agar dapat lebih memperhatikan diferensiasi produk dan persepsi harga agar konsumen dapat memutuskan keputusan pembelian mobil bekas.

Kata Kunci : Diferensiasi produk, Persepsi harga, Keputusan Pembelian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Himpunan Bina Informatika Kwik Kian Gie (IBIKKG) dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRACT

Barlian Salim / 75190045 / 2023/ the influence of products differentiation and price perceptions on the decision to buy a used car in West Jakarta / Muhammad Fuad, S.E., M.P.

At this time the demand for four-wheeled vehicles is very high, especially in metropolitan cities such as Jakarta which has a high level of community mobility and requires vehicles that can load many passengers, carry many goods, and can remain comfortable during the rainy season. But the price of a new car has a very expensive price so that consumers who want to have limited money but want to have a car make a used car as the first option for consumers to be able to have a car in order to be able to load a lot of passengers, carry a lot of goods, and can stay comfortable during the rainy season. And the new car itself has a very high depreciation value so that many consumers are trying to avoid the depreciation value because consumers feel very loss when buying a new car and immediately experience a reduction in value and the new car is immediately assessed as a used car because the car is already on the road because it has been registered with samsat and already has a name. Therefore, this study was conducted to determine the level of influence of products and prices on the decision to purchase used cars in West Jakarta.

The theory used in this study is the theory of products differentiation, price perceptions, and purchasing decisions and there are two types of variables, namely dependent and independent variables. The dependent variable itself consists of the purchase decision and the independent variable consists of the product and price.

The object of this study is consumers who have purchased used cars in West Jakarta after covid and the research methods used are descriptive analysis and regression analysis. Data were obtained by distributing questionnaires using google form to 125 respondents and sampling techniques using purposive sampling techniques.

The results of this study indicate that the product differentiation neutral effect and significance positive effect on purchasing decisions and price perceptions neutral effect and significance positive effect on purchasing decisions.

Based on the results of the study, researchers suggest to businesses to buy and sell used cars in order to pay more attention to products and prices so that consumers can decide kepeputusasn purchase of used cars.

Keywords: *Product differentiation, Price perceptions, Purchase Decision*



KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkahnya kepada peneliti untuk menyelesaikan karya akhir yang memiliki judul “Pengaruh Diferensiasi produk dan Persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian mobil bekas di Jakarta Barat” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini dapat diselesaikan berkat adanya doa, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Muhammad Fuad, S.E, M.P. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada peneliti dalam penyelesaian penyusunan karya akhir yang dapat diselesaikan dengan baik.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada peneliti selama menempuh perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan keluarga besar yang telah membantu dalam doa, mendukung, dan menghibur peneliti dalam penyelesaian karya akhir.
5. Sharon Gosali yang senantiasa memberikan doa, mendukung, membantu, dan menghibur peneliti dalam penyelesaian karya akhir.
6. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan karya akhir yang dapat diselesaikan dengan baik.





Peneliti menyadari bahwa karya akhir ini masih jauh dari kesempurnaan . Oleh karena itu peneliti sangat menerima dan mengpersepsi hargaai setiap kritik dan saran yang dapat mendukung penyempurnaan karya akhir ini. Akhir kata peneliti berharap agar karya akhir ini memberikan manfaat dan dampak yang positif bagi seluruh pihak yang membaca dan menjadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

Jakarta, 17 April 2023

Barlian Salim

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 TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teoritis	8
1. Produk.....	8
2. Persepsi Harga	15
3. Keputusan Pembelian.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pemikiran	21
1. Pengaruh Diferensiasi produk terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2. Pengaruh Persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Objek Penelitian	24
B. Desain Penelitian	24
C. Variabel Penelitian	26
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Teknik Pengumpulan Sampel.....	31
F. Teknik Analisis Data	33
1. Statistika Deskriptif	33
2. Uji Validitas	35





BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... 42

3.	Uji Reliabilitas	36
4.	Uji Asumsi Klasik.....	37
5.	Uji Regresi Linear Berganda	39
6.	Uji Hipotesis	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....		42
B. Profil Responden		42
1.	Responden berdasarkan jenis kelamin	42
2.	Responden berdasarkan usia	43
3.	Responden berdasarkan jenis pekerjaan	43
C. Hasil Penelitian.....		44
1.	Statistika Deskriptif	44
2.	Uji Validitas	47
3.	Uji Reliabilitas	50
4.	Uji Asumsi Klasik.....	53
5.	Uji Regresi Linear Berganda	55
6.	Uji Hipotesis	56
D. Pembahasan		58

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 59

A. Simpulan.....		59
B. Saran		59

DAFTAR PUSTAKA..... 60

LAMPIRAN 62

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 TABEL

Tabel 1.1	Data Depresiasi Persepsi harga Mobil Setiap Tahun	2
Tabel 1.2	Fitur Toyota Fortuner VRZ tahun 2016	3
Tabel 1.3	Fitur Toyota Fortuner VRZ tahun 2022	4
Tabel 1.4	10 Model Mobil Terpopuler di Kalangan Mitra Dealer Mobil Bekas Carsome ...	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	20
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	23
Tabel 3.1	Operasional Variabel Diferensiasi produk	27
Tabel 3.2	Operasional Variabel Persepsi harga.....	28
Tabel 3.3	Operasional Variabel Keputusan Pembelian	30
Tabel 3.4	Skala Likert	31
Tabel 3.5	Jawaban Skala Likert.....	34
Tabel 4.1	Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 4.2	Profil responden berdasarkan usia.....	43
Tabel 4.3	Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan	43
Tabel 4.4	Nilai Mean, <i>Confidence interval</i> , dan Rentang Skala Variabel Diferensiasi produk	44
Tabel 4.5	Nilai Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala variabel Persepsi harga ..	45
Tabel 4.6	Nilai Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi produk.....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi harga	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Diferensiasi produk.....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi harga	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.18	Hasil Uji t	56
Tabel 4.19	Hasil Uji f	57
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Lampiran 1	: Kuesioner	62

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 2 : Gambar yang berkaitan dengan labat belakang	69
Lampiran 3 : Hasil Statistika Deskriptif	71
Lampiran 4 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas	73
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik	75
Lampiran 6 : Hasil Uji T.....	76
Lampiran 7 : Hasil Uji F.....	77
Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Lampiran 9 : Hasil Uji Turnitin.....	78



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

Tabel 1.1 Data Depresiasi Persepsi harga Mobil Setiap Tahun	2
Tabel 1.2 Fitur Toyota Fortuner VRZ tahun 2016	3
Tabel 1.3 Fitur Toyota Fortuner VRZ tahun 2022	4
Tabel 1.4 10 Model Mobil Terpopuler di Kalangan Mitra Dealer Mobil Bekas Carsome ...	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel Diferensiasi produk	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel Persepsi harga.....	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian	30
Tabel 3.4 Skala Likert	31
Tabel 3.5 Jawaban Skala Likert.....	34
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan usia.....	43
Tabel 4.3 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan	43
Tabel 4.4 Nilai Mean, <i>Confidence interval</i> , dan Rentang Skala Variabel Diferensiasi produk	44
Tabel 4.5 Nilai Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala variabel Persepsi harga ..	45
Tabel 4.6 Nilai Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi produk.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi harga	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Diferensiasi produk.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi harga	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji t	56
Tabel 4.19 Hasil Uji f	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57



Lampiran 1 : Kuesioner	62
Lampiran 2 : Gambar yang berkaitan dengan labat belakang	69
Lampiran 3 : Hasil Statistika Deskriptif	71
Lampiran 4 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas	73
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik	75
Lampiran 6 : Hasil Uji T.....	76
Lampiran 7 : Hasil Uji F.....	77
Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Lampiran 9 : Hasil Uji Turnitin.....	78



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

Tabel 1.1 Data Depresiasi Persepsi harga Mobil Setiap Tahun	2
Tabel 1.2 Fitur Toyota Fortuner VRZ tahun 2016	3
Tabel 1.3 Fitur Toyota Fortuner VRZ tahun 2022	4
Tabel 1.4 10 Model Mobil Terpopuler di Kalangan Mitra Dealer Mobil Bekas Carsome ...	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel Diferensiasi produk	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel Persepsi harga.....	28
Tabel 3.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian	30
Tabel 3.4 Skala Likert	31
Tabel 3.5 Jawaban Skala Likert.....	34
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan usia.....	43
Tabel 4.3 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan	43
Tabel 4.4 Nilai Mean, <i>Confidence interval</i> , dan Rentang Skala Variabel Diferensiasi produk	44
Tabel 4.5 Nilai Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala variabel Persepsi harga ..	45
Tabel 4.6 Nilai Mean, <i>Confidence Interval</i> , dan Rentang Skala variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Diferensiasi produk.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi harga	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Diferensiasi produk.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi harga	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji t	56
Tabel 4.19 Hasil Uji f	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Lampiran 1 : Kuesioner	62

1. Hak cipta ini milik IBKKG dan seluruh isi ini adalah hak milik IBKKG. 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.



Lampiran 2 : Gambar yang berkaitan dengan labat belakang	69
Lampiran 3 : Hasil Statistika Deskriptif	71
Lampiran 4 : Hasil uji Validitas dan Reliabilitas	73
1. Hasil Uji Validitas	73
2. Hasil Uji Reliabilitas	74
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik	75
Lampiran 6 : Hasil Uji T.....	76
Lampiran 7 : Hasil Uji F.....	77
Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Lampiran 9 : Hasil Uji Turnitin.....	78

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.