



BUDI BAKTI
SCHOOL OF MANAGEMENT

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

repository.stimbudibakti.ac.id

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE

(Studi kasus Civitas Akademika STIM Budi Bakti)

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Siti Hudaeyah Adawiyah

41121045



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI
2025**



PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE

(Studi kasus Civitas Akademika STIM Budi Bakti)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Jenjang Pendidikan Strata 1 (satu)

Disusun Oleh:

Siti Hudaeyah Adawiyah

41121045



**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**

2025



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh influencer marketing dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu PVN melalui marketplace Shopee. Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan media sosial membuat strategi influencer marketing menjadi alat promosi yang efektif dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Di sisi lain, perilaku konsumen tetap menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, khususnya di kalangan konsumen yang sensitif terhadap nilai dan daya beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang dibagikan kepada 70 responden civitas akademika STIM Budi Bakti. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer marketing dan perilaku konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi masing-masing variabel di bawah 0,05 menandakan pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 86,5 % menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel influencer marketing dan perilaku konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pemasaran melalui influencer dan perilaku konsumen yang sangat penting dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di platform digital. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku bisnis dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: Influencer Marketing, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Marketplace, PVN.



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of influencer marketing and consumer behavior on purchasing decisions of PVN shoes through the Shopee marketplace. The rapid development of digital technology and the increasing use of social media have made influencer marketing an effective promotional tool in influencing consumer behavior. On the other hand, consumer behavior remains one of the key factors in purchasing decisions, especially among consumers who are sensitive to value and purchasing power. This research applies a quantitative approach with a survey method through questionnaires distributed to 70 respondents from the academic community of STIM Budi Bakti. Data analysis was conducted using SPSS with multiple linear regression. The results indicate that influencer marketing and consumer behavior have both partial and simultaneous significant effects on purchasing decisions. The significance values of each variable are below 0.05, confirming their significant influence. The coefficient of determination (R^2) of 86.5% shows that purchasing decisions can be explained by influencer marketing and consumer behavior variables. The conclusion of this study is that marketing strategies through influencers and understanding consumer behavior are crucial in enhancing purchasing decisions on digital platforms. These findings are expected to provide insights for business practitioners in developing effective marketing strategies.

Keywords: *Influencer Marketing, Consumer Behavior, Purchasing Decision, Marketplace, PVN.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

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



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SITI HUDAEYAH ADAWIYAH
NIM : 41121045
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN MELALUI *MARKETPLACE SHOPEE* (Studi kasus Civitas Akademika STIM Budi Bakti)

PEMBIMBING I

B RETNO PRATIWI SAKTI, SE, MM

PEMBIMBING II

VIVI RISTANTI, S.KM, MM

MENGETAHUI
KETUA PROGRAM STUDI

RITA MARDIANA., S.E., M.M

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI

2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

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

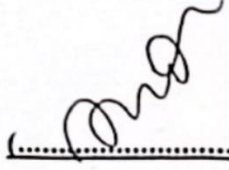
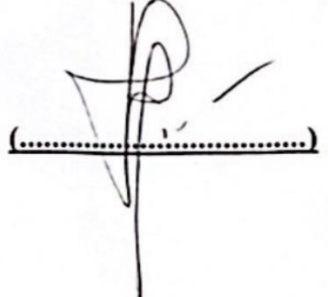
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

TANDAN TANGAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diterima dan disetujui oleh Panitia Penguji Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Budi Bakti, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM).

Panitia Penguji	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	<u>Indri Guslina, S.E., M.M.</u>	 (.....)
2. Sekretaris	<u>Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., M.M.</u>	 (.....)
3. Anggota	<u>Asep Hendriana, S.E., M.M.</u>	 (.....)

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
(STIM) BUDI BAKTI**



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Siti Hudaeyah Adawiyah

NIM : 41121045

Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 05 September 2003

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya dengan judul :

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE (Studi kasus Civitas Akademika STIM Budi Bakti)

Merupakan gagasan dan hasil penelitian asli penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program sejenis STIM Budi Bakti atau Perguruan Tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar atau skripsi saya terbukti plagiat, maka saya bersedia untuk dibatalkan kelulusannya.

Bogor, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,

Siti Hudaeyah Adawiyah

NIM 41121045



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut Nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji Syukur Allah SWT limpahkan berkah dan katunya berupa Kesehatan, petunjuk serta ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU PVN MELALUI MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus Civitas Akademika STIM Budi Bakti)”**

Skripsi ini merupakan bagian dari perjalanan akademik dalam meraih gelar sarjana pada program studi Pendidikan manajemen bisnis. Seiring dengan selesai nya penulisan skripsi ini, tidak lupa penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan arahan, bimbingan, saran dan motivasi kepada peneliti selama proses penulisan, saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Rina Fatimah, S.Sos., M.Si., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
2. Ibu Indri Guslina, S.E., M.M. Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
3. Bapak Aza El Munadiyan, S.Si., M.M. AMIPR Selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
4. Bapak Iqbal, S.E., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penjamin Mutu Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
5. Bapak Subhan Munafis, S.Hut., M.M. Selaku Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
6. Ibu Rita Mardiana, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
7. Ibu Vivi Ristanti, S.K.M., M.M. Selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti Kepada dan selaku



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

pembimbi II yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Ibu B.Retno Pratiwi Sakti S.E.,M.M selaku dosen pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden yaitu Mahasiswa/I STIM Budi Bakti yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
10. Kepada Ayah dan Mamah orang tua tercinta yang senantiasa memberikan do'a, dukungan serta kasih sayang tanpa henti dari awal hingga karya ini selesai. Semangat dan restu kalian adalah kekuatan terbesar dalam setiap langkah saya, terimakasih atas semua do'a nya tanpa kalian mungkin skripsi ini tidak akan selesai dan berhenti ditengah jalan. Terimakasih mamah akhirnya anak mu ini bisa melewatinya berkat do'a kalian.
11. Kepada Prima Ananda Ariesta Terima kasih yang tak terhingga untuk suamiku tercinta atas segala dukungan, doa, dan pengertian selama proses penyusunan karya ini. Tanpa kehadiran dan semangat darimu, mungkin aku tak akan mampu menyelesaikannya. Terima kasih sudah selalu ada.
12. Kepada Ustazah Kampus Sella, Ika, Sisil. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan perjuangan yang tak pernah lelah. Semoga impian dan doa-doa kita segera Allah kabulkan, langkah kita dimudahkan, dan hati kita selalu dijaga dalam kebaikan.
13. Kepada teman-temanku Alis, Lulu, yang sudah mau berjuang bersama dan orang-orang yang selalu memberikan motivasi, semangat dan membantu saya dalam segi apapun.
14. Kepada teman-teman satu Angkatan yang sudah mau berjuang Bersama dan orang-orang yang selalu memberikan motivasi, semangat dan membantu saya dalam segi apapun
15. Terima kasih untuk diriku sendiri yang tetap kuat, sabar, dan terus berjuang meski sedang mengandung. Di tengah rasa lelah dan perubahan fisik, aku tetap memilih untuk menyelesaikan ini dengan sepenuh hati. Untuk aku dan calon



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.
2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

buah hati, semoga ini jadi bukti bahwa perempuan bisa hebat dalam segala keadaan.

Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan itu dan melimpahkan Rahmat, nikmat dan perlindungannya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Aamiin.

Bogor, Agustus 2025

Siti Hudaeyah Adawiyah

41121045



DAFTAR ISI

COVER	i
COVER	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
TANDA PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Batasan Masalah.....	20
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	21
1.4.1. Tujuan penelitian	21
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	21
1.5 Hipotesis	22
1.6 Metodologi Penelitian.....	23
1.6.1. Metode Penelitian.....	23
1.6.2. Populasi	24
1.6.3. Sampel	24
1.6.4. Teknik Pengumpulan Data	25
1.6.5. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	26
1.7 Penelitian Terdahulu	32
BAB II.....	36
2.1 Tinjauan Teoritis Manajemen	36



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

2.1.1.	Pengertian Manajemen	36
2.1.2.	Fungsi - Fungsi Manajemen	37
2.1.3.	Unsur - Unsur Manajemen	38
2.2	Manajemen Pemasaran.....	39
2.2.1.	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	39
2.2.2.	Fungsi Manajemen Pemasaran	40
2.2.3.	Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	41
2.2.4.	Tujuan Manajemen Pemasaran.....	42
2.3	<i>Influencer Marketing</i>	44
2.3.1.	Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	44
2.3.2.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Influencer Marketing</i>	45
2.3.3.	Indikator <i>Influencer Marketing</i>	46
2.4	Perilaku Konsumen	46
2.4.1.	Pengertian Perilaku Konsumen	46
2.4.2.	Macam-Macam Perilaku Konsumen	47
2.4.3.	Indikator Perilaku Konsumen.....	48
2.5	Keputusan Pembelian	48
2.5.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	48
2.5.2.	Proses Keputusan Pembelian.....	49
2.5.3.	Indikator Keputusan Pembelian.....	50
2.5.4.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	51
2.6	Hubungan Antar Variabel	54
2.6.1	Hubungan <i>Influencer Marketing</i> (X ₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	54
2.6.2	Hubungan Perilaku Konsumen (X ₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	55
2.6.3	Hubungan <i>Influencer Marketing</i> (X ₁) dan Perilaku Konsumen (X ₂) Terhadap Keputusan Pembelian.....	56



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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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

2.7	Kerangka Berfikir	58
BAB III		59
3.1.	Tinjauan Umum Objek Penelitian	59
3.1.1.	Profil STIM Budi Bakti	59
3.2.	Visi dan Misi Objek Penelitian	61
3.2.1	Visi dan Misi STIM Budi Bakti	61
3.3.	Struktur Organisasi.....	62
3.4.	Jabatan dan Tugas Wewenang	63
3.5.	Kegiatan Usaha Objek Penelitian	67
3.6.	Pelanggan Atau Pemasok Rekanan STIM Budi Bakti.....	68
BAB IV		70
4.1	Hasil Penelitian	70
4.1.1	Data operasional variabel <i>Influencer marketing</i> (X1)	70
4.1.2	Deskripsi Data	75
4.1.3	Hasil Uji Statistic Deskriptif Responden (Identitas Responden).....	86
4.1.4	Hasil Uji Kualitas Data (Uji Validitas Dan Reabilitas)	88
4.1.5	Hasil Uji Statistic Untuk Uji Hipotesis Baik Secara Simultas Dan Parsial	89
4.2	Pembahasan	94
4.2.1	Pembahasan	94
4.2.2	Temuan Penelitian	97
4.2.3	Keterbatasan penelitian	98
4.2.4	Impilikasi Penelitian.....	99
BAB V		101
5.1	Kesimpulan	101
5.2	Saran	102
LAMPIRAN		106



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengemukakan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kategori Produk Pilihan Konsumen Pada Platform Shopee. Error!	
Tabel 1.2 Instrumen Kuesioner Dalam Bentuk Checklist.....	25
Tabel 1.3 Pengukuran Model Likert.....	26
Tabel 1 4 Kategori Interpretasi Koefisien Korelasi	29
Tabel 1 5 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4. 1 Intrument penelitian <i>influencer marketing</i> (X ₁)	70
Tabel 4.2 Instrument penelitian perilaku konsumen (X ₂)	72
Tabel 4.3 Instrument Penelitian Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 4. 4 Variabel <i>Influencer marketing</i> (X ₁).....	75
Tabel 4.5 Variabel prilaku konsumen (X ₂).....	79
Tabel 4. 6 Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4.7 Karakteristik Responden.....	87
Tabel 4. 8 Uji Validitas.....	88
Tabel 4.9 Uji Relibilitas.....	89
Tabel 4.10 Coefficients variabel X ₁ terhadap Y.....	90
Tabel 4.11 Model Summary variabel X ₂ terhadap Y	90
Tabel 4. 12 Coefficients variabel X ₁ terhadap Y	90
Tabel 4.13 Model Summary variabel X ₁ terhadap Y	91
Tabel 4.14 Coefficients variabel X ₂ terhadap Y.....	91
Tabel 4. 15 Model Sumarry variabel X ₂ terhadap Y.....	92
Tabel 4.16 Coefficients variabel X ₂ terhadap Y.....	92
Tabel 4.17 Model Sumarry variabel X ₂ terhadap Y.....	92
Tabel 4. 18 Coefficients variabel X ₁ dan X ₂ terhadap Y.....	93
Tabel 4. 19 Model Sumarry X ₁ dan X ₂ terhadap Y.....	93
Tabel 4. 20 ANOVA X ₁ dan X ₂ terhadap Y	93
Tabel 4. 21 Model Sumarry X ₁ dan X ₂ terhadap Y.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rating dan Jumlah Ulasan Sepatu PVN, BOSTANTEN, COROLLA di Shoppe	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	58
Gambar 3.1 Profil STIM Budi Bakti	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2 Gambar Lambang STIM Budi Bakti.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi STIM Budi Bakti	Error! Bookmark not defined.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang:

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

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



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	106
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	112
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas (X1).....	118
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas (X2).....	118
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas (Y).....	119
Lampiran 6 Hasil Pengujian Hipotesis	120
Lampiran 7 Surat Izin penelitian	122
Lampiran 8 Surat Selesai Penelitian.....	123
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	124

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIM Budi Bakti.

2. Dilarang mengumunkan dan mempublikasikan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIM Budi Bakti.