



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI
PRODUK CHARLES & KEITH INDONESIA DENGAN KUALITAS
PRODUK SEBAGAI VARIABEL KONTROL
(survei pada followers akun instagram @charleskeithid_styleclub)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

APRILIA KHAERUNNISA

193516416656

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

***THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSERS ON THE BUYING
INTEREST OF CHARLES & KEITH INDONESIA PRODUCTS WITH
PRODUCT QUALITY AS A CONTROL VARIABLE
(survey on followers of Instagram accounts @Charleskeithid_Styleclub)***

THESIS

***Submitted as one of the requirement to obtain a Bachelor of Communication
Science (S.I.Kom)***

APRILIA KHAERUNNISA

193516416656

***COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE***

2023



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aprilia Khaerunnisa
Npm : 193516416656
Program studi : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program studi Ilmu komunikasi, Universitas Nasional.

Disetujui dan diujikan

Jakarta, 25 Agustus 2023

Dosen pembimbing,

Yayu Sriwartini, S.Sos, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Drs, Adi Prakosa, M, Si



FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aprilia Khaerunnisa
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516416656
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi - Periklanan
Judul Skripsi : Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Minat Beli
Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel
Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Agustus 2023 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 2 September 2023

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Keterangan :

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Aprilia Khaerunnisa
NPM : 193516416656
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi - Periklanan
Tanggal Sidang : 28 Agustus 2023




JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Minat Beli Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub)

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

The influence of celebrity endorsers on the buying interest of Charles & Keith Indonesia products with product quality as a control variable (survey on followers of Instagram accounts @Charleskeithid_Styleclub)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 2 September 2023	TGL: 5/09/2023	TGL: 2 September 2023
 Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si	 Drs. Adi Prakosa, M.Si	 Aprilia Khaerunnisa



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aprilia Khaerunnisa
Npm : 193516416656
Program studi : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program studi Ilmu komunikasi, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan

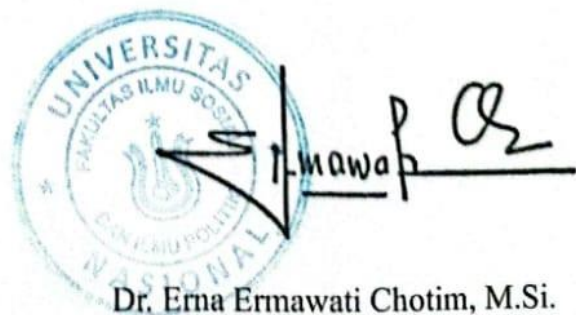
Jakarta, 2 September 2023

Dosen pembimbing,

Dekan



Yayu Sriwartini, S.Sos. M.Si



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Aprilia Khaerunnisa

NIM : 193516416656

Judul skripsi : Pengaruh *Celebrity endorser* Terhadap Minat Beli Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan hasil asli saya sendiri. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar sarjana S1 di Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila di kemudian hari ditemukan bukti skripsi merupakan hasil plagiat, atau terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat

Jakarta, 29 Juli 2023



Aprilia Khaerunnisa

KATA PENGANTAR

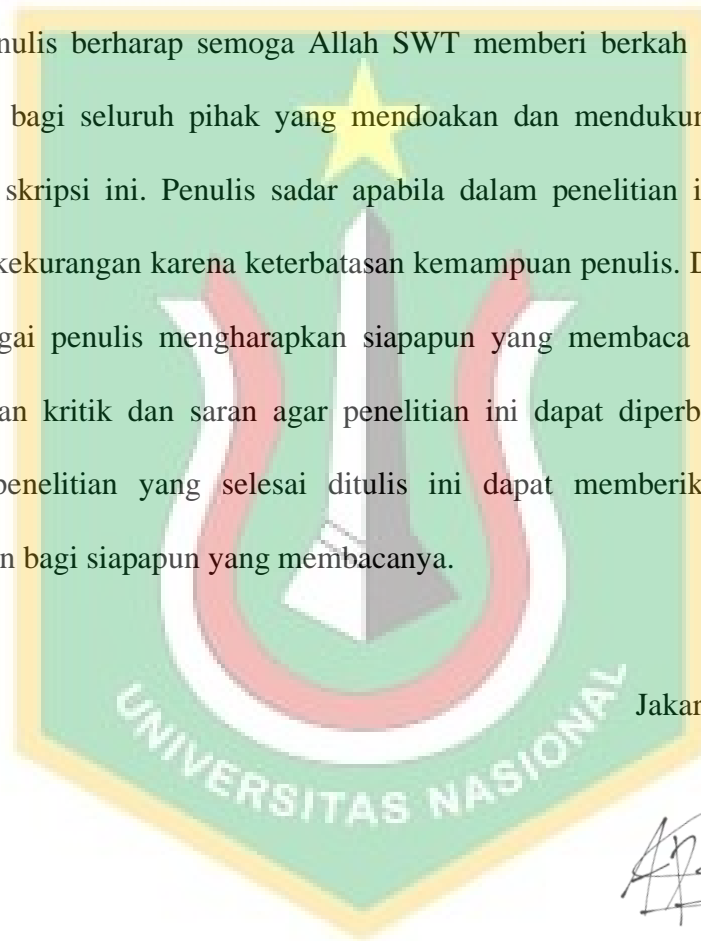
Alhamdulillah penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT, karena dengan karunia serta rahmatnya skripsi ini yang berjudul Pengaruh *Celebrity endorser* Terhadap Minat Beli Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub) dapat terselesaikan. Penyelesaian penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana S1 di Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Dalam penyusunan laporan penelitian ini, tentu tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Ermawati Chotim, S.Sos., Msi selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Nursatyo, S. Sos., M.Si beserta jajarannya.
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku dosen Penguji
5. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya Ibu Sunarti dan Bapak Tarwo, abang lala

7. Bu Melinda Rusli, selaku Brand Manajer Charles & Keith Indonesia yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di PT. KCG
8. Teman hidup saya Nur Zaman Fajri , team support Bila, Astri, Dina, Ika dan teman dekat saya yang tidak dapat saya tulis secara lengkap pada kata pengantar ini.

Penulis berharap semoga Allah SWT memberi berkah dan rahmat yang melimpah bagi seluruh pihak yang mendoakan dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini. Penulis sadar apabila dalam penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan karena keterbatasan kemampuan penulis. Dengan demikian, saya sebagai penulis mengharapkan siapapun yang membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran agar penelitian ini dapat diperbaiki kedepannya. Semoga penelitian yang selesai ditulis ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi siapapun yang membacanya.



Jakarta, 29 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Fajri', with a horizontal line underneath it.

Penulis

ABSTRAK

Nama : Aprilia Khaerunnisa
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul skripsi : Pengaruh *Celebrity endorser* Terhadap Minat Beli Produk Charles & Keith Indonesia Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol (Survei Pada Followers Akun Instagram @Charleskeithid_Styleclub)

Kata Kunci : <i>Celebrity endorser</i> , Minat beli, Kualitas produk	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh <i>celebrity endorser</i> terhadap minat beli produk dengan kualitas produk sebagai variabel kontrol. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuisioner kepada 123 responden yang menjadi followers instagram @Charleskeithid_styleclub atau pernah melihat iklan dan promosi yang dilakukan <i>celebrity endorser</i> tas <i>Itz Mine collection</i> Charles & Keith pada sosial media Instagram sampel penelitian, yang kemudian datanya diolah melalui teknik analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial. Hasil penelitian inidengan demikian dapat disimpulkan hubungannya <i>celebrity endorser</i> terhadap minat beli produk 0,815 yaitu berpengaruh dan signifikan ditambah kualitas kontrol hubungannya jadi menurun di 0,610 yang dapat diartikan hubungannya kuat. Nilai determinasi Variabel minat beli dipengaruhi <i>celebrity endorser</i> sebanyak 44%, kemudian saat masuk variabel produk naik menjadi 67 %Sisanya $100 - 67 = 33\%$ dipengaruhi vaktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Kemudian niali rhitung $0,823 \ \& \ 0,664 > \text{nilai r tabel } 0,176$. Maka h_0 ditolak, artinya ada hubungan antara <i>celebrity endorser</i> , variable kontrol yaitu kualitas produk, dan variabel minat beli.
Dosen Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si,

ABSTRACT

Name : Aprilia Khaerunnisa
Study program : Science Communication
Title : The influence of celebrity endorsers on the buying interest of Charles & Keith Indonesia products with product quality as a control variable (survey on followers of Instagram accounts @Charleskeithid_Styleclub)

Keywords : Celebrity endorser, Buying interest, Product quality	<p>The purpose of this study was to determine and measure how much influence celebrity endosers have on product buying interest with product quality as a control variable. This study used a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who became Instagram followers @Charleskeithid_styleclub or had seen advertisements and promotions carried out by celebrity endoser bags Itz Mine collection Charles & Keith on social media Instragram research samples, which then the data was processed through descriptive analysis techniques and inferential analysis techniques. The results of this study can thus be concluded that the relationship between celebrity endoser and product buying interest 0.815 is influential and significant plus the quality of control of the relationship decreases at 0.610 which can be interpreted as a strong relationship. The determination value above means that the buying interest variable is influenced by celebrity endorsers as much as 44%, then when entering the product variable rises to 67%, the remaining $100 - 67 = 33\%$ is influenced by other actors who are not studied by the author. Then calculate the value of 0.823 & $0.664 >$ the value of the table 0.176. So h_0 is rejected, meaning there is a relationship between celebrity endorsers, control variables, namely product quality, and buying interest variables.</p>
Lecturer	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si,

DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	16
1.5. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA	19
2.1. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	19
2.2. <i>State of The Art</i> (Orisinalitas dan Kebaruan/Noverlty Penelitian)	21
2.3. Kajian Teori.....	21
2.3.1. Teori <i>Elaboration Likelihood</i> Model	21
2.4. Definisi Konseptual dan Operasional	26
2.4.1. <i>Celebrity endorser</i>	26
2.4.2. Minat Beli.....	28

2.4.3.	Kualitas Produk.....	30
2.5.	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III.....		35
METODOLOGI PENELITIAN.....		35
3.1.	Pendekatan & Taraf Signifikansi Penelitian.....	35
3.2.	Metode Penelitian.....	36
3.3.	Data Penelitian, Jenis Data Dan Teknik Pengambilan Data.....	36
3.4.	Skala Ukur Data dan Bentuk Instrumen Riset.....	38
3.5.	Operasionalisasi Variabel.....	38
3.6.	Populasi, Ukuran Sample Dan Teknik Pengambilan Sample	51
3.6.1.	Populasi.....	51
3.6.2.	Ukuran Sampel.....	52
3.6.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.7.	Uji Validitas dan Reabilitas.....	55
3.7.1.	Uji Validitas Koesioner.....	55
3.7.2.	Uji Reabilitas.....	62
3.8.	Teknik Pengolahan dan Teknik Analisis Data	64
3.8.1.	Teknik Pengolahan Data.....	64
3.8.2.	Teknik Penyajian data.....	65
3.8.3.	Teknik Analisis Data.....	65
3.9.	Jadwal Penelitian.....	71
BAB IV		72
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		72
4.1.	Profil Perusahaan.....	72
4.1.1.	Charles & Keith.....	74
4.1.2.	<i>Itz Mine Collection</i>	76
4.2.	Profil Responden	78
4.2.1.	Tabel Satu Arah Profil Responden.....	78
4.2.2.	Tabel Silang profil Responden.....	81
4.3.	Gambaran Data Deskriptif Variabel X.....	83

4.3.1.	Gambaran Data Deskriptif Variabel X <i>Celebrity endorser</i> Per Dimensi 83	
4.3.2.	Gambaran Data Deskriptif Variabel X <i>Celebrity endorser</i> Secara Keseluruhan	89
4.4.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y	91
4.4.1.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y Minat Beli Per Dimensi.....	91
4.4.2.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Y Minat Beli Secara Keseluruhan	99
4.5.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Z Kontrol Kualitas produk	101
4.5.1.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Kontrol Kualitas Produk Per Dimensi 101	
4.5.2.	Gambaran Data Deskriptif Variabel Z Kualitas Produk Sebagai Variabel Kontrol Secara Keseluruhan	116
4.6.	Uji Hipotesis	118
4.6.1.	Uji Korelasi	119
4.6.2.	Uji Koefisien Determinasi R (<i>Square</i>)	120
4.6.3.	Uji F	123
4.6.4.	Uji Koefisiensi Regresi	124
4.7.	Pembahasan	125
BAB V	127
KESIMPULAN & SARAN	127
5.1.	Kesimpulan.....	127
5.2.	Saran.....	129
5.2.1.	Saran Akademis	129
5.2.2.	Saran Paraktis	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ranking comparison Charles & Keith dengan brand lain pada tahun 2022 perbandingan brand exposure pada pengiklanan online	3
Tabel 1. 2 tabel Top Brand Index kategori tas wanita Tahun 2015 – 2017	5
Tabel 1. 3 Daftar Celebrity endorser.....	13
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Tabel data sekunder penelitian.....	37
Tabel 3. 2 Tingkatan Jawaban.....	38
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 3. 4 Tabel Responden Uji Validitas & Reabilitas	56
Tabel 3. 5 Hasil Tabel Uji Validitas Variabel X (Celebrity endorser).....	57
Tabel 3. 6 Tabel Uji Validitas Variabel Y (Minat beli)	58
Tabel 3. 7 Tabel Uji Validitas Variabel Z.....	60
Tabel 3. 8 Nilai Croanch Alpha	62
Tabel 3. 9 Tabel Uji Reabilitas variabel X.....	63
Tabel 3. 10 Tabel Uji Reabilitas variabel Y.....	63
Tabel 3. 11 Tabel Uji Reabilitas variabel Z	64
Tabel 3. 12 Tabel Interpretasi Korelasi	69
Tabel 4. 1 Tabel Celebrity endorser Itz Mine Collection.....	76
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	78
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	79
Tabel 4. 4 Pendidikan responden	79

Tabel 4. 5 Pekerjaan responden	80
Tabel 4. 6 Jenis kelamin Responden berdasarkan Usia	81
Tabel 4. 7 Jenis kelamin Responden dengan pekerjaan.....	81
Tabel 4. 8 Jenis kelamin Responden dengan pendidikan.....	82
Tabel 4. 9 Gambaran Kategorisasi Dimensi Daya Tarik Dimata Responden.....	84
Tabel 4. 10 Gambaran Kategorisasi Dimensi Kredibilitas Dimata Responden....	86
Tabel 4. 11 Gambaran Dimensi Keahlian Celebrity endorser Dalam Mempromosikan Produk Itz Mine Collection.....	88
Tabel 4. 12 Gambaran Data Deskriptif Variabel X Celebrity endorser Secara Keseluruhan.....	90
Tabel 4. 13 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Minat Transaksional.....	92
Tabel 4. 14 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Minat Referensial.....	94
Tabel 4. 15 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Minat preferensial	96
Tabel 4. 16 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Minat Eksploratif	98
Tabel 4. 17 Gambaran Data Deskriptif Variabel Y Minat Beli Secara Keseluruhan	100
Tabel 4. 18 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kinerja Produk Itz Mine Collection	102
Tabel 4. 19 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Ciri - Ciri Keistimewaan Tambahan (Features) Produk Itz Mine Collection Charles & Keith.....	104
Tabel 4. 20 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Keandalan (Reliability) Produk Itz Mine Collection Charles & Keith	106

Tabel 4. 21 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kesesuaian Dengan Spesifikasi Produk Itz Mine Collection Charles & Keith.....	108
Tabel 4. 22 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Daya Tahan Produk Itz Mine Collection Charles & Keith.....	110
Tabel 4. 23 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Kegunaan (Serviceability) Produk Itz Mine Collection Charles & Keith	112
Tabel 4. 24 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Presepsi Terhadap Kualitas (Perceived Quality) Produk Itz Mine Collection Charles & Keith	114
Tabel 4. 25 Gambaran Data Deskriptif Dimensi Estetika Produk Itz Mine Collection Charles & Keith.....	116
Tabel 4. 26 Gambaran Data Deskriptif Variabel Z Kualitas Produk Secara Keseluruhan.....	118
Tabel 4. 27 Uji Korelasi	119
Tabel 4. 28 Uji Koefisiensi Determinasi R2 Sebelum Ditambahkan Variabel Kontrol	121
Tabel 4. 29 Uji Koefisiensi Determinasi R2 Setelah Ditambahkan Variabel Kontrol	121
Tabel 4. 30Tabel silang jenis kelamin dan presentasi tabel variabel celebrity endorser dan minat beli	122
Tabel 4. 31Tabel silang jenis kelamin dan presentasi tabel variabel celebrity endorser, minat beli dan ditambah variabel kontrol.....	122
Tabel 4. 32 Uji F	123
Tabel 4. 33 Uji Regresi	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Industri Fashion berikan kontribusi terbesar kedua pada Ekonomi Kreatif	1
Gambar 1. 2 Positioning Brand Charles & Keith.....	7
Gambar 1. 3 Customer Segmentation Charles & Keith Indonesia.....	7
Gambar 1. 4 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Indonesia 2022.....	8
Gambar 1. 5 Media Sosial Yang Paling Efektive Untuk Menentukan Bisnis Secara Global	9
Gambar 1. 6 Itzy Global Ambassador Charles & Keith Fall Winter 2022 – Spring Summer 2023	12
Gambar 1. 7 Media Sosial Instagram Komunitas @charleskeithid_styleclub.....	14
Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis	25
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3. 1 insight Instagram @charleskeithid_styleclub	53
Gambar 4. 1 KCG MILESTONE.....	73
Gambar 4. 2 Pendiri Charles & Keith.....	75
Gambar 4. 3 Total Store Charles & Keith.....	75
Gambar 4. 4 Koleksi Itz Mine Astra Canvas Tote Bag.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT KETERSEDIAAN DOSEN PEMBIMBING.....	137
LAMPIRAN 2 LEMBAR KONSULTASI.....	138
LAMPIRAN 3 REVISI SKRIPSI	139
LAMPIRAN 4 KUSIONER SEBELUM UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	141
LAMPIRAN 5 KUSIONER SETELAH UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	152
LAMPIRAN 6 PROFIL RESPONDEN UJI VALIDITAS & RELIABILITAS.....	163
LAMPIRAN 7 PROFIL RESPONDEN RISET	164
LAMPIRAN 8 JAWABAN RESPONDEN UJI INSTRUMEN RISET VARIABEL X	165
LAMPIRAN 9 JAWABAN RESPONDEN UJI INSTRUMEN RISET VARIABEL Y	166
LAMPIRAN 10 JAWABAN RESPONDEN UJI INSTRUMEN RISET VARIABEL Z	167
LAMPIRAN 11 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS & RELIABILITAS	168
LAMPIRAN 12 JAWABAN RESPONDEN RISET SAMPLE VARIABEL X	173
LAMPIRAN 13 JAWABAN RESPONDEN RISET SAMPLE VARIABEL Y	175
LAMPIRAN 14 JAWABAN RESPONDEN RISET SAMPLE VARIABEL Z.....	177
LAMPIRAN 15 HASIL OUTPUT OLAH DATA DESKRIPTIF X.....	179
LAMPIRAN 16 HASIL OUTPUT OLAH DATA DESKRIPTIF Y	182
LAMPIRAN 17 HASIL OUTPUT OLAH DATA DESKRIPTIF Z	188
LAMPIRAN 18 HASIL OUTPUT OLAH DATA INFERENSIAL	196
LAMPIRAN 19 TABEL KORELASI PRODUK MOMENT	198
LAMPIRAN 20 TABEL TABEL DW	199
LAMPIRAN 21 HASIL TURNITIN.....	200
LAMPIRAN 22 LAPORAN SKPI.....	201

