

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
PROMOSI, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WARUNG BEBEK
MAGERSARI, KOTA MOJOKERTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

MARIA ADVENTINA ROSARI

Nomor Pokok K.2018.4.34832

Jurusan Manajmen

Program Studi Marketing

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARAPROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
PROMOSI, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN WARUNG BEBEK
MAGERSARI, KOTA MOJOKERTO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

MARIA ADVENTINA ROSARI

K.2018.4.34832

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARAPROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2023**

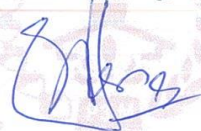
SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WARUNG BEBEK MAGERSARI, KOTA MOJOKERTO

Oleh:
MARIA ADVENTINA ROSARI
K.2018.4.34832

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
17 Februari 2023 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,
Dosen Pembimbing,



Dra.SHERLY HESTI ERAWATI, MM

Mengetahui,
Ketua STIE Malanguççwara,



Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 11 Februari 2023

Mahasiswa



Maria Adventina Rosari

NPK : K.2018.4.34832

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dra.SHERLY HESTI ERAWATI, MM
NIK : 202.710.147

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Maria Adventina Rosari
NPK : K.2018.4.34832
Program Studi : Manajemen
Alamat :

ndah, Kec.
erto

No HP :
E-mail :

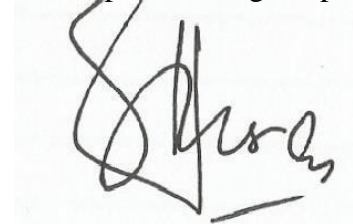
menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçęwara tersebut telah mengadakan risetdengandata diambil dari: Konsumen Warung Bebek Magersari, Kota Mojokerto.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WARUNG BEBEK MAGERSARI, KOTA MOJOKERTO”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 11 Februari 2023
Dosen pembimbing skripsi,



(Sherly H. Erawati, Dra, MM)

NIK. 202.710, 147

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini, tidak lepas dari kendala yang ada, namun berkat Tuhan Yang Maha Esa serta bantuan berbagai pihak yang terlibat, penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang sudah berkontribusi dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ketua STIE Malangkucewara
2. Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkucewara
3. Dosen Pembimbing
4. Dosen Wali

Rekan-rekan penulis dan semua pihak yang terlibat banyak memberikan bantuan, masukan, serta penulis menyampaikan banyak terimakasih atas doa dan dorongan semangat yang diberikan oleh ayah, ibu, serta adik-adik tercinta, dukungan dari sahabat, teman, dan saudara dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Malang, 11 Februari 2023

Penulis,



Maria Adventina Rosari

ABSTRACT

In the developments that are happening now with the phenomenon of the increasingly mushrooming of culinary businesses among the public, the existing culinary businesses experience very tight competition. One of those experiencing this phenomenon is Warung Bebek Magersari, Mojokerto City. The problem that's often faced by culinary business owners is how to survive in the midst of tight business competition and how to increase product sales. This study aims to determine and analyze the influence of the marketing mix (brand image, product quality, promotion, price, and location) on consumer purchasing decisions of Warung Bebek Magersari. The analytical method used in this research is descriptive quantitative method. The population used is consumers of Warung Bebek Magersari, Mojokerto City whose exact number is unknown. The sample in this study used the *snowball sampling* technique with the limit of respondents using the Wibisono Formula so that there were around 100 respondents. The analytical methods used are: Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, Hypothesis Testing (F test, t test, and Coefficient of Determination R^2). The results of this study indicate that all independent variables such as brand image, product quality, promotion, price and location have a significant effect on consumer purchasing decisions of Warung Bebek Magersari. This is reinforced by the results of the R^2 test of 67.5% where independent variables such as brand image, product quality, promotion, price and location together have a significant effect on consumer purchasing decisions, while the remaining 32.5% are influenced by other variables outside research such as consumer culture, social, consumer personal and consumer psychology.

Keywords: *Brand Image; Product quality; Promotion; Price; Location; consumer purchasing decisions.*

ABSTRAK

Pada perkembangan yang terjadi sekarang dengan fenomena semakin menjamurnya bisnis kuliner dikalangan masyarakat membuat bisnis kuliner yang ada mengalami persaingan yang sangat ketat. Salah satu yang mengalami fenomena tersebut adalah Warung Bebek Magersari Kota Mojokerto. Pemasalahan yang sering dihadapi oleh pemilik bisnis kuliner tersebut adalah, bagaimana cara mereka untuk bisa survive ditengah ketatnya persaingan bisnis serta bagaimana cara mereka agar penjualan produk semakin meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (citra merek, kualitas produk, promosi, harga, dan lokasi) terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Bebek Magersari. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Populasi yang digunakan adalah konsumen Warung Bebek Magersari Kota Mojokerto yang tidak diketahui pasti jumlahnya. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dengan batasan responen menggunakan Rumus Wibisono sehingga didapati responden dengan jumlah 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda, Pengujian Hipotesis (Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinasi R^2). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas (independen) seperti citra merek, kualitas produk, promosi, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Warung Bebek Magersari. Hal ini diperkuat dengan hasil Uji R^2 sebanyak 67,5% dimana variabel independen seperti citra merek, kualitas produk, promosi, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan sisanya sebanyak 32,5% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian seperti budaya konsumen, sosial, pribadi konsumen maupun psikologis konsumen.

Kata Kunci : *Citra Merek; Kualitas Produk; Promosi; Harga; Lokasi; Keputusan Pembelian.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih karunia dan hikmat.Nya sehingga penulit dapat menuntaskan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Warung Bebek Magersari, Kota Mojokerto” sehingga skripsi tersebut dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai dengan yang penulis harapkan. Maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini sebagai salah syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di STIE Malangkececwara Malang.

Tak lupa dalam penyusunan skripsi ini, tentu penulis mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari beberapa piha. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, karena anugerah, kasih karunia dan kesempatan dari-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya.
2. Kedua Orang Tua penulis yang dangat penulis sayangi dan benggakan, karena berkat doa, dukungan moral dan juga materi sehingga penulis bisa diberi kesempatan kedua untuk tetap melanjutkan kuliah dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan.
3. Adik-adik penulis yang baik hati, Dek Bima dan juga Dek Cindy, yang tidak pernah lelah memberi dukungan dan motivasi bagi penulis selama proses perkuliahan dan juga proses pembuatan skripsi ini.
4. Nathan (boneka Panda kesayangan penulis) yang selalu setia mendengarkan keluh kesah penulis dan deep talk penulis setiap malam selama proses pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Bunyamin, MM., Ph.D selaku ketua STIE Malangkececwara Malang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di tempat perkuliahan dengan baik.
6. Ibu Dra. Lindananty, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan seluruh segenap fakultas akademik yang selalu memberi ilmu pendidikan selama

perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Yuyuk Liana, SE, MM. Selaku dosen wali penulis yang selalu sabar mendukung penulis dan memberi pengarahan yang tepat kepada penulis sehingga penulis semakin semangat dan termotivasi selama perkuliahan dan bisa sampai di titik ini.
8. Ibu Dra. Sherly Hesti Erawati, MM. Selaku dosen pembimbing penulis yang tidak pernah lupa untuk mengingatkan kewajiban penulis dan selalu mensupport serta mengarahkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin.
9. Sahabat-sahabat penulis (Syafira Nuur, Felan, Wulan, Nila Lovianti, Afrah, Mbak Nisaa, Rara, Farin dan Brian) yang selalu setia menemani penulis dan mensupport penulis dalam suka dan duka selama perkuliahan terutama selama proses pembuatan skripsi ini.
10. Terkhusus Mbak Nisaa, Syafira Nuur, dan juga Elmyara (Rara) sahabat sejati penulis yang selalu mendukung keputusan penulis selama itu baik dan selalu mengingatkan penulis jika penulis lalai.
11. Pakde, Bude, tante dan om dari pihak ibu maupun ayah penulis yang selalu mensupport penulis dan meyakinkan penulis bahwa kesempatan selalu ada sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
12. Semua orang yang pernah hadir di masa lalu penulis sehingga penulis bisa belajar dari kesalahan terutama belajar tentang nilai kehidupan dan menemukan jati diri penulis kembali.
13. Ibu Tatik (Pemilik Kost) sekeluarga yang mengajarkan penulis nilai sebuah perjuangan dan kekuatan dari kebersamaan, sehingga penulis semakin semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Tak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada Warung Bebek Magersari yang telah bersedia memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian disana dan berbagi informasi untuk perkembangan bisnis penulis juga.
15. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan banyak bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari penelitian skripsi ini masih dikataka jauh dari kata sempurna, baik secara materi dan penyajian, karena keterbatasan pengetahuan dan juga pengalaman yang penulis miliki. Penulis berharap adanya masukan, kritik maupun saran dari pembaca untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak akademis, maupun masyarakat umum yang membacanya.

Malang, 20 Februari 2023

Penulis,



Maria Adventina Rosari

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR SURAT RISET.....	III
LEMBAR RIWAYAT HIDUP.....	IV
UCAPAN TERIMAKASIH.....	V
ABSTRACT INGGRIS	VI
ABSTRAK INDONESIA.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Teori.....	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian	19
2.1.4.3 Peran Pembelian.....	19
2.1.4.4 Perilaku Pembelian.....	20

2.1.4.5 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.1.4.6 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.1.5 Citra Merek	25
2.1.5.1 Definisi Citra Merek	25
2.1.5.2 Manfaat Citra Merek	26
2.1.5.3 Faktor Pembentuk Citra Merek	26
2.1.5.4 Indikator Citra Merek	27
2.1.6 Promosi	28
2.1.6.1 Definisi Promosi	28
2.1.6.2 Tujuan Promosi	28
2.1.6.3 Bauran Promosi	29
2.1.6.4 Indikator Promosi	32
2.1.7 Kualitas Produk	32
2.1.7.1 Definisi Produk	32
2.1.7.2 Klasifikasi Produk	33
2.1.7.3 Definisi Kualitas Produk	34
2.1.7.4 Dimensi Kualitas Produk	34
2.1.7.5 Indikator Kualitas Produk	36
2.1.8 Harga	37
2.1.8.1 Definisi Harga	37
2.1.8.2 Strategi Harga	37
2.1.8.3 Tujuan Penetapan Harga	40
2.1.8.4 Indikator Harga	41
2.1.9 Lokasi	42
2.1.9.1 Definisi Lokasi	42
2.1.9.2 Indikator Lokasi	43
2.1.10 Hubungan Antar Variabel	45
2.1.10.1 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	45
2.1.10.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	46
2.1.10.3 Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	46
2.1.10.4 Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian	47

2.1.10.5 Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	48
2.2 Penelitian Terdahulu	49
2.3 Model Konseptual	56
2.4 Model Hipotesis	57
2.5 Pengembangan Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Populasi dan Sampel	59
3.1.1 Populasi	59
3.1.2 Sampel	59
3.1.3 Jenis Penelitian	60
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	60
3.3 Sumber Data, Teknik Pengambilan Sampel dan Teknik Pengumpulan Data ..	60
3.3.1 Sumber Data Penelitian	60
3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	61
3.4.1 Variabel	61
3.4.1.1 Variabel Independen	62
3.4.1.2 Variabel Dependen	62
3.4.2 Definisi Operasional	62
3.4.3 Skala Pengukuran	67
3.5 Metode Pengumpulan Data	68
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	68
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian	69
3.5.2.1 Uji Validitas	69
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	69
3.6 Metode Analisis	70
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	70
3.6.1.1 Uji Normalitas	70
3.6.1.2 Uji Multikolinieritas	70
3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas	71

3.6.2 Uji Hipotesis	71
3.5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	71
3.5.2.2 Uji Parsial (Uji t).....	72
3.5.2.3 Uji Simultan (Uji F)	74
3.5.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Lampiranan Umum Objek Penelitian.....	76
4.1.1 Lampiranan Umum Warung Bebek Magersari	76
4.1.2 Lampiranan Responden.....	78
4.2 Analisis Deskriptif	78
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	78
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	81
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Interval Kedatangan	82
4.2.2 Deskripsi Kuisisioner Penelitian.....	83
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Citra Merek	84
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	85
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Promosi	87
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Harga.....	89
4.2.2.5 Deskripsi Variabel Lokasi.....	90
4.2.2.6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	91
4.3 Pengujian Model Hipotesis	94
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian	94
3.4.1.1 Uji Validitas	94
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	98
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	99
4.4.1 Uji Normalitas	99
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	101

4.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	103
4.6 Uji Hipotesis	105
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	106
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	108
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	110
4.7 Pembahasan.....	110
4.7.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	110
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	112
4.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	113
4.7.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	114
4.7.5 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	115
4.7.6 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	116
BAB V PENUTUP	118
5.1 Kesimpulan	118
5.1.1 Hipotesis dari Hasil Uji t.....	118
5.1.2 Hipotesis dari Hasil Uji F.....	120
5.1.3 Hipotesis dari Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	120
5.2 Kontribusi Penelitian.....	120
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	120
5.4 Saran Penelitian.....	121
DAFTAR PUSTAKA	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penjualan Warung Bebek Magersari	08
Tabel 3.2. Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3.3. Definisi Operasional	63
Tabel 3.4. Skala Pengukuran	67
Tabel 4.5. Harga Menu Warung Bebek Magersari	77
Table 4.6. Hasil Deskripsi Karakteristik Responden	79
Tabel 4.7. Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.8. Usia	80
Tabel 4.9. Status Pekerjaan.....	81
Table 4.10. Interval Kedatangan.....	83
Tabel 4.11. Deskripsi jawaban responden terhadap Citra Merek	84
Tabel 4.12. Deskripsi jawaban responden terhadap Kualitas Produk.....	85
Tabel 4.13. Deskripsi jawaban responden terhadap Promosi	87
Tabel 4.14. Deskripsi jawaban responden terhadap Harga	89
Tabel 4.15. Deskripsi jawaban responden terhadap Lokasi.....	90
Table 4.16. Deskripsi jawaban responden terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4.17. Uji Validitas Citra Merek	94
Tabel 4.18. Uji Validitas Kualitas Produk	95
Tabel 4.19. Uji Validitas Promosi.....	95
Table 4.20. Uji Validitas Harga	99
Tabel 4.21. Uji Validitas Lokasi	96
Tabel 4.22. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	97
Tabel 4.23. Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.24. Hasil Uji Normalitas	100
Tabel 4.25. Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
Table 4.26. Hasil Uji Multikolinieritas	104
Tabel 4.27. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	104

Tabel 4.28. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	106
Tabel 4.29. Hasil Uji Simultan (Uji F)	109
Table 4.30. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen <i>Marketing Mix</i>	17
Gambar 3.2 Model Konseptual	56
Gambar 3.3 Model Hipotesis	57
Gambar Diagram 4.4. Jenis Kelamin	80
Gambar Diagram 4.5.Usia.....	81
Gambar Diagram 4.6. Status Pekerjaan	82
Gambar Diagram 4.7.Interval Kedatangan	83
Gambar 4.8. Uji Normalitas	101
Gambar 4.9. Uji Heteroskedastisitas	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	126
Lampiran 2 Data Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	131
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	133
Lampiran 4 Data Karakteristik Responden.....	139
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Karakteristik Responden.....	142
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas.....	143
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	147
Lampiran 8 Hasil Deskripsi Variabel.....	148
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik.....	156
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	158