

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI LIPSTIK MAYBELLINE DI SHOPEE**

Skripsi diajukan untuk melengkapi

Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Diajeng Adipati Garaning Pangestika

NPM: 41183402210065



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45**

**FAKULTAS EKONOMI**

**BEKASI**

**2025**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI LIPSTIK MAYBELLINE DI SHOPEE**

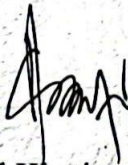
Tanggal: 8 Oktober 2025

Oleh

Diajeng Adipati Garaning Pangestika

NPM: 41183402210065

Disetujui,  
Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK, DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI LIPSTIK MAYBELLINE DI SHOPEE**

Tanggal: 16 Oktober 2025

Oleh

Diajeng Adipati Garaning Pangestika

NPM: 41183402210065

Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Mengetahui,  
Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diajeng Adipati Garaning Pangestika

NPM : 41183402210065

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

E-mail : diajengadipati.41183402210065@gmail.com

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Lipstik Maybelline di Shopee” bebas dari plagiarisme. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 2 September 2025



Diajeng Adipati G.P.

## ABSTRAK

Diajeng Adipati Garaning Pangestika (41183402210065)

Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Lipstik Maybelline di Shopee

xvii + 166 halaman + 28 tabel + 7 gambar + 5 grafik + 21 Lampiran

Kata kunci : *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Lipstik Maybelline di Shopee. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau mencari tahu tentang produk lipstik Maybelline di Shopee yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google form*. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Pengolahan data menggunakan uji statistik dan perhitungan analisis regresi berganda yang dihitung dengan menggunakan program software (SPSS) 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli lipstik Maybelline di Shopee. Hal ini dapat dilihat dengan nilai  $\beta_1 = 0,242$  dengan t hitung sebesar 2.564 dan signifikansi 0,012. Pada variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli lipstik Maybelline di Shopee. Hal ini dapat dilihat dengan nilai  $\beta_2 = 0,233$  dengan t hitung sebesar 4.639 dan signifikansi sebesar 0,000. Begitu juga pada variabel harga berpengaruh positif dan signifikan minat beli lipstik Maybelline di Shope. Hal ini dapat dilihat dengan nilai  $\beta_3 = 0,377$  dengan t hitung sebesar 4.352 dan signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji hipotesis melalui analisis regresi linear berganda diperoleh hasil variabel *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli lipstik Maybelline di Shopee. Hal ini dibuktikan melalui uji  $F = 187.573$  dengan signifikansi 0,000 dan dari nilai koefisien determinasi *adjusted R square* = 0,850. Simpulan bahwa *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga terhadap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sebesar 0,85 atau 85% sisanya 15 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

Daftar Pustaka : 46 ( 2010-2025)

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

*Assalamualaikum warrohmatullahi wabarakatuh*

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. Yang telah memberikan segala nikmat kesehatan jasmani dan rohani serta rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Lipstik Maybelline di Shopee.” Penulisan skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang diperoleh. Skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, arahan dari berbagai pihak, dan mendorong penulis untuk semakin termotivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi sekaligus dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta perhatian yang berharga sehingga penulis termotivasi dan bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi khususnya dosen prodi manajemen yang sudah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan.
4. Kepada kedua orang tua bapak Deny patria, Ibu Tariyah yang senantiasa memberikan kasih sayang, nasihat, dukungan, dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas do'a yang tak pernah putus, dan perjuangan yang tak terlihat namun sangat berarti. Segala pencapaian ini tidak akan pernah terwujud tanpa pengorbanan dan doa kalian. Semoga setiap langkah penulis

bisa menjadi kebanggaan sekaligus balasan atas segala lelah yang kalian sembunyikan dengan senyuman.

5. Kepada kakak tercinta, alm Titisan Adipati Sukmadilaga Beloanggoro A.Md.T, meskipun beliau telah tiada sejak lama, kenangan, teladan, dan semangat hidup beliau tetap menjadi bagian berharga dalam diri penulis. Beliau secara tidak langsung menjadi alasan penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas, karena beliau adalah role model sejati dalam kehidupan penulis. Semoga Allah SWT menempatkan beliau di tempat terbaik di sisi-Nya dan menjadikan setiap langkah penulis sebagai amal jariyah yang terus mengalir untuk beliau.
6. Kepada kekasih penulis, Andi Alfianto Nugroho yang sudah kebersamaan penulis selama 5 tahun ini, terima kasih telah menemani saya di setiap suka maupun duka, terima kasih selalu memberikan dukungan, semangat, dan kepercayaan yang membuat penulis merasa mampu menghadapi segala rintangan. Semangat dan perhatianmu telah memberikan kekuatan yang luar biasa, terutama disaat penulis merasa lelah dan putus asa. Terima kasih atas segala cinta dukungan yang tiada henti. Semoga kita selalu bersama dalam setiap langkah menuju masa depan yang lebih baik.
7. Kepada teman teman seperjuangan yaitu Dea, Az-zahra, Ica, Nurika, Diva, Anis, Defani, Zhara dan Syifa Maulidina terima kasih atas semangat dan dukungan yang tak pernah putus selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi penguat di saat penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Semoga persahabatan dan perjuangan ini selalu menjadi kenangan terindah yang tidak pernah terlupakan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa, motivasi, dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Swt. Membalas kebaikan kepada pihak yang telah memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam

penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, sehingga sangat memerlukan saran dan kritik dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi para pembaca untuk penelitian lanjutan, Aamiin Ya Rabbal Alamin. Atas perhatian nya penulis ucapkan terima kasih.

Bekasi, 2 September 2025

Penulis

Diajeng Adipati G.P.

## DAFTAR ISI

|                                                                             |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....                                              | Error! Bookmark not defined. |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....                                               | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....                                        | iii                          |
| ABSTRAK .....                                                               | v                            |
| KATA PENGANTAR.....                                                         | vi                           |
| DAFTAR ISI .....                                                            | ix                           |
| DAFTAR TABEL.....                                                           | xiv                          |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                         | xv                           |
| DAFTAR GRAFIK .....                                                         | xvi                          |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                       | xvii                         |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                     | 1                            |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                                          | 1                            |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                                    | 25                           |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                                     | 25                           |
| 1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah .....                             | 26                           |
| 1.5 Sistematika Pelaporan.....                                              | 26                           |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                               | 29                           |
| 2.1 Landasan Teori.....                                                     | 29                           |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen .....                                               | 29                           |
| 2.1.2 Definisi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....                        | 29                           |
| 2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Electronic Word of Mouth</i> ..... | 30                           |
| 2.1.4 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....                       | 30                           |
| 2.2 Kualitas Produk .....                                                   | 31                           |

|                                |                                                                              |    |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.1                          | Definisi Kualitas Produk.....                                                | 31 |
| 2.2.2                          | Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk.....                          | 32 |
| 2.3                            | Harga.....                                                                   | 33 |
| 2.3.1                          | Definisi Harga .....                                                         | 33 |
| 2.3.2                          | Faktor-faktor yang Memengaruhi Harga .....                                   | 34 |
| 2.3.3                          | Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Menetapkan Harga Produk ..... | 35 |
| 2.3.4                          | Indikator Harga .....                                                        | 37 |
| 2.4                            | Minat Beli .....                                                             | 37 |
| 2.4.1                          | Definisi Minat Beli .....                                                    | 37 |
| 2.4.2                          | Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli .....                             | 38 |
| 2.5.3                          | Indikator Minat Beli.....                                                    | 40 |
| 2.5                            | Penelitian Terdahulu .....                                                   | 40 |
| 2.6                            | Kerangka Pemikiran .....                                                     | 52 |
| 2.7                            | Hipotesis Penelitian .....                                                   | 53 |
| 2.7.1                          | Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli .....           | 53 |
| 2.7.2                          | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....                            | 54 |
| 2.7.3                          | Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....                                      | 55 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... |                                                                              | 56 |
| 3.1                            | Desain Penelitian .....                                                      | 56 |
| 3.1.1                          | Metode Penelitian .....                                                      | 56 |
| 3.1.2                          | Lokasi dan Waktu Penelitian.....                                             | 56 |
| 3.1.3                          | Populasi dan Sampel Penelitian .....                                         | 56 |
| 3.2                            | Jenis dan Sumber Data .....                                                  | 58 |

|                                  |                                                  |    |
|----------------------------------|--------------------------------------------------|----|
| 3.3                              | Teknik Pengumpulan Data.....                     | 58 |
| 3.4                              | Instrumen Penelitian .....                       | 59 |
| 3.4.1                            | Electronic Word Of Mouth (X <sub>1</sub> ).....  | 60 |
| 3.4.2                            | Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....           | 60 |
| 3.4.3                            | Harga (X <sub>3</sub> ).....                     | 61 |
| 3.4.4                            | Minat Beli (Y).....                              | 62 |
| 3.5                              | Metode Analisis Data.....                        | 62 |
| 3.6                              | Uji Kualitas Data .....                          | 62 |
| 3.6.1                            | Uji Validitas .....                              | 62 |
| 3.6.2                            | Uji Reliabilitas .....                           | 63 |
| 3.7                              | Uji Asumsi Klasik.....                           | 64 |
| 3.7.1                            | Uji Normalitas.....                              | 64 |
| 3.7.2                            | Uji Multikolinearitas .....                      | 64 |
| 3.7.3                            | Uji Heteroskedastitas .....                      | 64 |
| 3.8                              | Analisis Regresi Berganda.....                   | 65 |
| 3.9                              | Uji Hipotesis .....                              | 66 |
| 3.9.1                            | Uji F (Simultan) .....                           | 66 |
| 3.9.2                            | Uji t (Parsial).....                             | 66 |
| 3.9.3                            | Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )..... | 67 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... |                                                  | 68 |
| 4.1                              | Hasil Penelitian.....                            | 68 |
| 4.1.1                            | Deskripsi Objek Penelitian .....                 | 68 |
| 4.1.2                            | Visi Misi Maybelline.....                        | 68 |
| 4.1.3                            | Deskripsi Subjek Penelitian .....                | 69 |

|       |                                                                                        |    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2   | Uji Validitas .....                                                                    | 73 |
| 4.2.1 | Uji Validitas Instrumen <i>Electronic Word of Mouth</i> (X <sub>1</sub> ).....         | 73 |
| 4.2.2 | Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....                         | 73 |
| 4.2.3 | Uji Validitas Instrumen Harga (X <sub>3</sub> ).....                                   | 74 |
| 4.2.4 | Uji Validitas Instrumen Minat Beli (Y).....                                            | 75 |
| 4.3   | Hasil Uji Reliabilitas .....                                                           | 76 |
| 4.4   | Deskripsi Analisis Data .....                                                          | 76 |
| 4.4.1 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X <sub>1</sub> ) | 76 |
| 4.4.2 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....            | 78 |
| 4.4.3 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga (X <sub>3</sub> ).....                      | 80 |
| 4.4.4 | Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y).....                               | 82 |
| 4.5   | Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                                          | 84 |
| 4.5.1 | Uji Normalitas.....                                                                    | 84 |
| 4.5.2 | Uji Multikolinearitas.....                                                             | 86 |
| 4.5.3 | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                                    | 86 |
| 4.6   | Analisis Regresi Linear Berganda .....                                                 | 87 |
| 4.7   | Uji Hipotesis.....                                                                     | 89 |
| 4.7.1 | Hasil Uji F.....                                                                       | 89 |
| 4.7.2 | Hasil Uji t.....                                                                       | 89 |
| 4.7   | Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....                                      | 91 |
| 4.8   | Pembahasan .....                                                                       | 91 |
| 4.8.1 | Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli .....                     | 92 |
| 4.8.2 | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....                                      | 93 |
| 4.8.3 | Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....                                                | 95 |

|                                |                            |    |
|--------------------------------|----------------------------|----|
| 4.9                            | Kelemahan Penelitian ..... | 96 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN ..... |                            | 97 |
| 5.1                            | Simpulan.....              | 97 |
| 5.2                            | Saran .....                | 97 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Hasil <i>Pra-survey</i> Minat Beli Lipstik Maybelline .....                                         | 5  |
| Tabel 1. 2 Hasil <i>Pra-survey Electronic Word of Mouth</i> Lipsti Maybelline... ..                            | 10 |
| Tabel 1. 3 Hasil Kuesioner Kualitas Produk Lipstik Maybelline.....                                             | 13 |
| Tabel 1. 4 Hasil Kuesioner Harga Lipstik Maybelline.....                                                       | 19 |
| Tabel 1. 5 Daftar Harga Lipstik Matte Cream Berbagai Merk.....                                                 | 22 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                                                            | 40 |
| Tabel 3.1 SkalaLikert .....                                                                                    | 59 |
| Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin .....                                                       | 69 |
| Tabel 4.2 Data responden berdasarkan usia .....                                                                | 70 |
| Tabel 4.3 Data responden berdasarkan pekerjaan .....                                                           | 70 |
| Tabel 4.4 Data responden berdasarkan pendapatan/uang saku per bulanan .....                                    | 71 |
| Tabel 4.5 Data responden berdasarkan domisili .....                                                            | 71 |
| Tabel 4.6 Data responden berdasarkan pembelian produk .....                                                    | 72 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> (X <sub>1</sub> ) .....                                | 73 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....                                                 | 74 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas Harga (X <sub>3</sub> ) .....                                                          | 75 |
| Tabel 4.10 Uji Validitas Minat Beli (Y).....                                                                   | 75 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....                                                                        | 76 |
| Tabel 4.12 Rekapitulasi Skor Jawaban Kuesioner Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X <sub>1</sub> )..... | 77 |
| Tabel 4.13 Rekapitulasi Skor Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ).....                 | 78 |
| Tabel 4.14 Rekapitulasi Skor Jawaban Kuesioner Variabel Harga (X <sub>3</sub> ) .....                          | 81 |
| Tabel 4.15 Rekapitulasi Skor Jawaban Kuesioner Variabel Minat Beli (Y).....                                    | 83 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test .....                                                   | 85 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....                                                                    | 86 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                                                             | 87 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....                                                                         | 89 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....                                                                          | 90 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                                               | 91 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Ulasan Indikator Fitur .....                                   | 15 |
| Gambar 1.2 Ulasan Indikator Mutu Kinerja .....                            | 16 |
| Gambar 1.3 Ulasan Indikator Mutu Kesesuaian .....                         | 17 |
| Gambar 1.4 Indikator Keterjangkauan Harga .....                           | 20 |
| Gambar 1.5 Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk .....         | 22 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....                                       | 53 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) Coefficients ..... | 87 |

## DAFTAR GRAFIK

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafik 1.1 Pengunjung situs E-Commerce Indonesia (Desember 2024) .....   | 2  |
| Grafik 1.2 Data Penjualan Lipstik Maybelline di Shopee 2021 - 2024 ..... | 4  |
| Grafik 1.3 Ulasan Positif Konsumen Lipstik Maybelline di Shopee .....    | 7  |
| Grafik 1.4 Ulasan Negatif Konsumen Lipstik Maybelline di Shopee .....    | 8  |
| Grafik 4.1 Normal Probability Plot .....                                 | 85 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                  |     |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Pra Kuesioner Uji Coba dengan 30 Responden.....       | 105 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner 30 Responden .....            | 115 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas pada Kuesioner 30 Responden ..... | 119 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....              | 125 |
| Lampiran 5 Kuesioner Penelitian 100 Responden .....              | 125 |
| Lampiran 6 Tabulasi Data 100 Responden .....                     | 135 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                         | 145 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....       | 146 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis .....                             | 146 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....       | 147 |
| Lampiran 11 Distribusi Nilai r Tabel .....                       | 147 |
| Lampiran 12 Lampiran Distribusi Nilai F Tabel.....               | 150 |
| Lampiran 13 Distribusi Nilai t Tabel.....                        | 153 |
| Lampiran 14 Pernyataan Hasil Pra-survey.....                     | 157 |
| Lampiran 15 Dokumentasi Penelitian.....                          | 159 |
| Lampiran 16 Kartu Seminar Proposal.....                          | 160 |
| Lampiran 17 Permohonan Pengajuan Judul.....                      | 162 |
| Lampiran 18 Surat Keputusan Pembimbing Skripsi.....              | 163 |
| Lampiran 19 Kartu Bimbingan Skripsi.....                         | 164 |
| Lampiran 20 Daftar Riwayat Hidup.....                            | 165 |
| Lampiran 21 Hasil Uji Turnitin.....                              | 166 |

## Lampiran 21. Hasil Uji Turnitin

|                          |                                                        |              |                |
|--------------------------|--------------------------------------------------------|--------------|----------------|
| FIXX SKRIPSI DIAJENG.pdf |                                                        |              |                |
| ORIGINALITY REPORT       |                                                        |              |                |
| 32%                      | 29%                                                    | 15%          | 21%            |
| SIMILARITY INDEX         | INTERNET SOURCES                                       | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |
| PRIMARY SOURCES          |                                                        |              |                |
| 1                        | Submitted to Universitas Putera Batam<br>Student Paper | 5%           |                |
| 2                        | Submitted to Universitas Nasional<br>Student Paper     | 4%           |                |
| 3                        | eprints.iain-surakarta.ac.id<br>Internet Source        | 3%           |                |
| 4                        | repository.unismabekasi.ac.id<br>Internet Source       | 2%           |                |
| 5                        | repository.um-surabaya.ac.id<br>Internet Source        | 2%           |                |
| 6                        | repository.uinsaizu.ac.id<br>Internet Source           | 1%           |                |
| 7                        | repository.umsu.ac.id<br>Internet Source               | 1%           |                |
| 8                        | repository.ub.ac.id<br>Internet Source                 | 1%           |                |
| 9                        | repository.ar-raniry.ac.id<br>Internet Source          | 1%           |                |