

**PENGARUH PERSEPSI NILAI, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN PELANGGAN DI KALANGAN GENERASI Z (STUDI PADA FITUR PREMIUM DATING APP BUMBLE)**

**SITI SARAH NURUL ILMI**

**1707620037**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE, PERCEIVED USEFULNESS, AND PERCEIVED PRICE ON PURCHASING DECISIONS AND ITS IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG GENERATION Z (STUDY ON PREMIUM DATING APP BUMBLE FEATURES)***

**SITI SARAH NURUL ILMI**

**1707620037**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***This thesis was prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics State University of Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2024**

## ABSTRAK

**Siti Sarah Nurul Ilmi, Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada Fitur Premium Dating App Bumble), Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2024**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai, persepsi kegunaan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan di kalangan generasi Z dengan studi pada fitur premium *dating app* Bumble. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survey melalui kuesioner yang disebarakan secara daring, dengan populasi yang digunakan adalah generasi Z yang berdomisili di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 216 responden. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* SmartPLS. Melalui teknik-teknik analisis tersebut didapatkan hasil bahwa seluruh indikator dalam pengujian sudah valid dan reliabel, serta variabel persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel persepsi kegunaan dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lalu variabel persepsi nilai dan persepsi kegunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, lalu variabel keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lalu variabel persepsi nilai dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian, dan variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Persepsi nilai, persepsi kegunaan, persepsi harga, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan, Bumble

## **ABSTRACT**

**Siti Sarah Nurul Ilmi, The Influence of Perceived Value, Perceived Usefulness, and Perceived Price on Purchasing Decisions and Its Impact on Customer Satisfaction among Generation Z (Study On Premium Dating App Bumble Features), Thesis, Jakarta: Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2024**

*This study was conducted to determine the effect of perceived value, perceived usefulness, and perceived price on purchasing decisions and their impact on customer satisfaction among generation Z with a study on the premium dating app Bumble. This type of research is quantitative research with a survey method through a questionnaire distributed online, with the population used being generation Z who live in Jabodetabek.(Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). The sampling technique used was purposive sampling technique with a total sample size of 216 respondents. The analysis technique used to process data is Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. Through these analysis techniques, the results show that all indicators in the test are valid and reliable, and the perceived value variable has a significant effect on customer satisfaction, the perceived usefulness and perceived price variables have a significant effect on customer satisfaction, then the perceived value and perceived usefulness variables have an insignificant effect on purchasing decisions, the perceived price variable has a significant effect on purchasing decisions, then the purchasing decision variable has a significant effect on customer satisfaction, then the perceived value and perceived usefulness variables have no significant effect on customer satisfaction through purchasing decisions, and the perceived price variable has a significant effect on customer satisfaction on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Perceived value, perceived usefulness, perceived price, purchase decision, customer satisfaction, Bumble*

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227. Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

### SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Osly Usman, M.Bus  
NIP/NIDK : 197401152008011008  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd  
NIP/NIDK : 199302202019032022  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II


Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Siti Sarah Nurul Ilmi  
No. Registrasi : 1707620037  
Program Studi : SI Pendidikan Bisnis  
Judul Proposal Penelitian : Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada Fitur Premium Dating App Bumble).

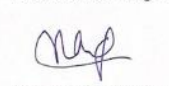
Untuk Mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 19 Juni 2024

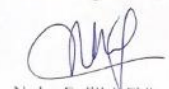
Dosen Pembimbing I

  
Dr. Osly Usman, M.Bus  
197401152008011008

Dosen Pembimbing II

  
Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd  
199302202019032022

Mengetahui,  
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

  
Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd  
NIP. 199302202019032022

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

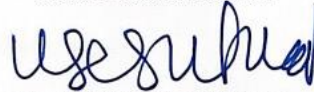
## LEMBAR PENGESAHAN

### Lembar Pengesahan Skripsi





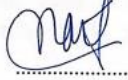
#### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.  
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D. NIP. 198209082010122004 (Ketua Sidang)		15 Juli 2024
2	Rizka Zakiah, M.Pd. NIP. 199401182023212040 (Penguji Ahli 1)		15 Juli 2024
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M. Han. NIP. 199504122023212041 (Penguji Ahli 2)		15 Juli 2024
4	Dr. Osly Usman, M.Bus. NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		15 Juli 2024
5	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2)		15 Juli 2024

Nama : Siti Sarah Nurul Ilmi  
No. Registrasi : 1707620037  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 4 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Sarah Nurul Ilmi

NIM : 1707620037

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Fakultas : Fakultas Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada Fitur Premium *Dating App* Bumble)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain. Skripsi ini belum pernah dipublikasi, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 05 Agustus 2024  
Yang Membuat Pernyataan


METERAN  
TEMPEL  
B5ALX301589204

Siti Sarah Nurul Ilmi  
NIM. 1707620037

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Sarah Nurul Ilmi  
NIM : 1707620037  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis  
Alamat email : sarahghea02@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada Fitur Premium *Dating App* Bumble)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juli 2024  
Penulis

(Siti Sarah Nurul Ilmi)



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji atas kehadiran Allah SWT karena atas nikmat dan rahmat ridhonya skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dengan baik. Untuk itu, skripsi ini saya dedikasikan dengan penuh rasa syukur kepada diri saya sendiri, orang tua, orang terkasih, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini.

Dan kepada diri sendiri, rasa syukur, bangga, dan tentunya terima kasih yang tulus kepada diri sendiri atas ketekunan, dedikasi, dan semangat yang telah saya tanamkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya percaya bahwa dengan tekad dan ketekunan, saya berhasil mengatasi berbagai rintangan dan mencapai tujuan ini.

Kepada orang tua, terima kasih tak terhingga kepada orang tua tercinta saya atas cinta, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti yang mereka berikan sepanjang perjalanan hidup saya. Pasti tidak cukup hanya dengan kata terima kasih untuk membalas semua perjuangan mereka selama ini. Namun sekali lagi saya ucapkan, terima kasih telah selalu menjadi tiang penyangga, memberikan semangat, dan memberikan dorongan kepada saya dalam menghadapi segala tantangan. Saya tidak akan pernah bisa membayar segala pengorbanan dan doa yang Ayah dan Ibu berikan, namun saya berharap kesuksesan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Ibu.

Kepada orang terkasih dan teman-teman, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus karena tiada henti selalu memberikan dukungan, semangat, dan bantuan. Terima kasih telah berada di samping saya, memberikan motivasi dan keyakinan bahwa saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kehadiran kalian, perjalanan ini tidak akan sama berartinya.

Pada lembar ini saya ungkapkan terima kasih yang paling sederhana, namun penuh rasa tulus dan penghargaan. Semoga rasa terima kasih ini dapat menggambarkan sebagai kecil dari kebaikan yang telah diberikan. Terima kasih atas segalanya.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur praktikan panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada Fitur Premium *Dating App* Bumble)”**. Naskah skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan jenjang Sarjana pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang tidak mungkin terwujud tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Dr. Osly Usman, M. Bus selaku Dosen Pembimbingan I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta saran kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.

5. Seluruh dosen Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Pintu surgaku ibu tercinta, Ibu Eva Syarifah. Didikan dan kasih sayang beliau yang membentuk diriku yang sekarang. Doa-doa di setiap sujudnya yang mengantarkanku kepada kebaikan dalam segala hal, termasuk dalam pengerjaan skripsi hingga selesai.
7. Cinta pertamaku, ayahanda tercinta, Bapak Alamsyah yang telah menjadi sosok Ayah yang sangat hebat, beliau tidak pernah ada kata lelah untuk mengantar dan menjemputku kemana pun untuk memastikan bahwa puteri kecilnya dalam keadaan baik dan aman. Kasih sayang, dukungan, dan doa beliau tidak pernah terputus untukku.
8. Anggota keluarga yang lain, yaitu nenek dan abang yang selalu memberikan doa, dukungan, serta nasihatnya kepada penulis.
9. Shifa Alfiah Fajriah dan Nabilah Afifah Rasya selaku sahabat yang selalu kebersamai, membantu, serta memberi semangat dan dukungan sejak awal pengerjaan skripsi sampai akhir pengerjaan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terkhusus Nabilah Afifah Rasya, Siska Amelia Putri, Salma Putri Yulizar, Putri Silvana Dirgantari, Misykatul Adawiyah, Muhammad Dhafin Syah, Rifqi Raihandhika, Yazid Naufal, Rico Ramanda, dan Arman Rafi Muhamad yang selalu menemani dan memberi semangat sejak semester awal hingga akhir.
11. Terakhir untuk Siti Sarah Nurul Ilmi, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah

dimulai. Terima kasih untuk terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kepada pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun untuk digunakan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan dampak yang positif.

Terima kasih.

Jakarta, Juni 2024

Penulis

Siti Sarah Nurul Ilmi

NIM. 1707620037

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR ORISINALITAS .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	16

A. Teori Pendukung .....	16
1. Persepsi Nilai .....	16
2. Persepsi Kegunaan .....	21
3. Persepsi Harga .....	25
4. Keputusan Pembelian.....	30
5. Kepuasan Pelanggan.....	35
B. Kerangka Teoritik dan Pengembangan Hipotesis.....	40
1. Pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan.....	40
2. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepuasan pelanggan .....	42
3. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan .....	43
4. Pengaruh persepsi nilai terhadap keputusan pembelian.....	44
5. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap keputusan pembelian.....	45
6. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.....	46
7. Pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan.....	47
8. Pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.....	48
9. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.....	49
10. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.....	50
C. Hipotesis Penelitian.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	53
B. Desain Penelitian.....	54
C. Populasi dan Sampel.....	54
D. Pengembangan Instrumen.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV PEMBAHASAN.....	70
A. Deskripsi Data.....	70
B. Hasil.....	86
C. Pembahasan.....	100
BAB V PENUTUP.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	121

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Perrnikahan di Indonesia (2013-2023) .....	2
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Aplikasi Kencan <i>Online</i> (2017-2021) .....	4
Gambar 1.3 Aplikasi Kencan <i>Online</i> Terpopuler di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Bumble <i>Statistics</i> .....	8
Gambar 1.5 Rating Bumble pada App Store.....	9
Gambar 1.6 Rating Bumble pada Play Store .....	9
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	51
Gambar 4.1 Hasil Outer Loading setelah Perhitungan.....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Pelanggan pada Fitur Premium Bumble .....	10
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Instrumen Indikator.....	57
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	72
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	73
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Nilai.....	74
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Nilai.....	75
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan.....	77
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan.....	78
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	79
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga.....	79
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	82
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	83

Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	84
Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	85
Tabel 4.17 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	87
Tabel 4.18 Hasil <i>Discriminant Validity Cross Loading</i> .....	89
Tabel 4.19 Hasil <i>Heteroit Menorait Ratio (HTMT)</i> .....	91
Tabel 4.20 Hasil <i>Construct Realiability and Validity</i> .....	92
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i> .....	93
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor</i> .....	94
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Path Coefficiant</i> .....	95
Tabel 4.24 Hasil <i>Specific Indirect Effect</i> .....	98
Tabel 4.25 Tabel Uji Hipotesis.....	106

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	121
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner .....	128
Lampiran 3 Lembar Perbaikan Skripsi .....	133
Lampiran 4 Lembar Konsultasi.....	134
Lampiran 5 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	135
Lampiran 6 Lembar Persetujuan Dosen Pembimbing .....	136
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	137
Lampiran 8 Riwayat Penulis .....	138

