

**Pengaruh *Affiliate Marketing* melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian
Produk Emina pada Generasi Z**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



INDYRA MARISSA PUTRI

1221003018

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar.

Nama: Indyra Marissa Putri

NIM: 1221003018

Tanda Tangan:

A handwritten signature in dark ink, consisting of a large, stylized 'I' and 'M' intertwined, followed by a horizontal line and a vertical stroke.

Tanggal: 13/09/2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Indyra Marissa Putri

NIM 1221003208

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Affiliate Marketing melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Generasi Z

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas FEIS Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS. ()

Penguji 1 : Nina Widyawati



Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

 ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 September 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Affiliate Marketing melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Generasi Z ”** dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Atas segala rahmat, karunia, dan kekuatan yang senantiasa diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menjalani seluruh rangkaian proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir hingga dapat diselesaikan dengan baik.

2. Kedua Orang Tua

Kedua Orang Tua Tercintaku, ayah dan mamu, yang selalu menjadi alasan terbesar penulis untuk terus tetap hidup dan berjuang, terutama ayah. Terima Kasih atas segala do'a, cinta, dan kasih sayang, pengorbanan yang luar biasa, dan kerja keras yang telah diberikan kepada penulis sampai berada ditahap ini. Tidak ada kata lain yang cukup untuk menggambarkan betapa berharganya Ayah dan Mamu dalam hidup penulis, terutama Ayah. Karena setiap proses dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan do'a Ayah dan Mamu. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa terima kasih dan kebanggaan penulis kepada Ayah dan Mamu.

3. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, ilmu, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Penulis juga berterima kasih atas

pengalaman baru dalam proses bimbingan yang dilakukan melalui SMS dan telepon seluler, serta atas kesediaan untuk terus mendampingi dan memberikan arahan selama proses penyusunan tugas akhir. Segala masukan dan bimbingan yang diberikan sangat membantu penulis hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan berbagai pengalaman selama penulis menjalani masa perkuliahan. Berbagai pembelajaran yang telah diberikan menjadi bekal yang berharga bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini serta menghadapi tahap kehidupan selanjutnya setelah menyelesaikan perkuliahan.

5. Keluarga Besar

Keluarga besar dan saudara sepupu yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan perhatian selama penulis menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih atas doa, kebersamaan, dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. Kehadiran keluarga di setiap proses yang penulis jalani menjadi hal yang sangat berarti dan turut memberikan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Almarhum Hj. E dan Almarhumah K

Almarhum Hj, E, yang pernah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, terima kasih atas segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan. Almarhumah K, meskipun penulis tidak pernah berkesempatan untuk bertemu secara langsung, kebaikan yang beliau tinggalkan tetap menjadi bagian yang berarti dalam perjalanan pendidikan penulis. Segala kebaikan dari keduanya akan selalu penulis kenang dan syukuri. Semoga keduanya mendapatkan tempat terbaik di sisi Tuhan Yang Maha Esa.

7. Sahabat – Sahabat

Hikmadia Kamila Lui, Arlissya Fitri dan Satria Jaya, yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan selalu memberikan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi

tempat berbagi cerita, berkeluh kesah, dan saling memberikan semangat di berbagai keadaan. Terima kasih atas waktu, perhatian, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Kehadiran kalian menjadi salah satu hal yang membuat penulis merasa tidak sendiri dalam melewati berbagai proses hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Kekasih Tercinta

M.N.A., yang telah menemani penulis sejak semester tiga hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih telah selalu hadir, memberikan dukungan, semangat, dan perhatian selama penulis menjalani masa perkuliahan. Terima kasih juga atas bantuan dalam berbagai tugas kuliah, kesabaran dalam menemani penulis melewati berbagai proses, serta kesediaan untuk selalu mendengarkan cerita dan keluh kesah penulis. Kehadiranmu sejak awal hingga akhir perjalanan perkuliahan ini menjadi bagian yang sangat berarti bagi penulis dan akan selalu penulis hargai.

9. Series Terikat Janji

Series *Terikat Janji*, khususnya Arya Saloka, yang telah menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini. Di tengah proses yang tidak selalu mudah, film tersebut menjadi salah satu hal yang memberikan semangat dan menemani penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Kehadirannya menjadi bagian kecil namun berkesan dalam perjalanan penulis menyelesaikan pendidikan.

10. Seluruh Pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi selama proses penyusunan tugas akhir ini, khususnya Salim, teman selama masa perkuliahan yang dengan senang hati selalu membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu, bantuan, dan kesediaannya untuk membantu penulis ketika menghadapi berbagai kesulitan selama pengerjaan tugas akhir. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Radit dan Lulu yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai

pihak di lingkungan Universitas Bakrie yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penelitian hingga tugas akhir ini selesai. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, namun belum dapat disebutkan satu per satu. Oleh karena itu, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih atas setiap bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan selama proses penyelesaian tugas akhir ini.

11. Diri Sendiri

Terakhir, terima kasih kepada wanita mandiri, kecil, manis dan sederhana yaitu diri saya sendiri, Indyra Marissa Putri. Terima kasih atas perjalanan Panjang yang telah dilalui sampai sejauh ini, banyak proses yang sudah dilalui, banyak air mata yang sudah dihapus pakai tangan sendiri, banyak Lelah dan keluh kesah yang dipendam sendiri, banyak hal yang sudah dijalani, dihadapi, dan diselesaikan sendiri. Sampai detik ini, kuat karena diri sendiri yang selalu mengusahakan semua hal agar terlihat baik-baik saja. Bangga untuk setiap langkah kecilku, meskipun mudah menangis tapi tidak berhenti mencoba dan menyerah. Selamat merayakan kecemasan-kecemasan di tangga berikutnya, selamat bepetualang di level kehidupan selanjutnya, selamat berperang dengan pertanyaan ‘kapan’ yang tidak ada ujungnya, selamat menjalani fase dimana you not found anyone people can help your life, Selamat berjuang sendirian. Tidak ada yang lebih indah dari menyaksikan proses dan pertumbuhan diri sendiri dan janji ya jangan mual terus kalo stress.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar tugas akhir ini dapat menjadi lebih baik. Penulis berharap tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Affiliate Marketing melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Generasi Z” ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca, khususnya dalam memahami penggunaan affiliate marketing melalui TikTok serta kaitannya dengan keputusan pembelian. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah hadir, membantu, dan memberikan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian

tugas akhir ini. Setiap bantuan, perhatian, dan kebaikan yang diberikan memiliki arti tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan pendidikan ini.

Jakarta, 13 September 2026

A handwritten signature in dark ink, consisting of a large, stylized 'I' followed by a series of loops and a horizontal line at the bottom.

Indyra Marissa Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indyra Marissa Putri
NIM : 1221003018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Affiliate Marketing melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Generasi Z”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 September 2026

Yang Menyatakan



(Indyra Marissa Putri)

Pengaruh *Affiliate Marketing* melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Generasi Z

Indyra Marissa Putri

ABSTRAK

Perkembangan TikTok sebagai media pemasaran digital mendorong penggunaan *Affiliate Marketing* sebagai strategi penyampaian informasi produk dan pemasaran kepada konsumen, khususnya Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Affiliate Marketing* melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian produk Emina pada Generasi Z serta besarnya pengaruh tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala semantic differential 1 sampai 7. Sampel penelitian terdiri dari 110 responden Generasi Z yang memiliki akun TikTok, pernah melihat konten *Affiliate* produk Emina, dan pernah membeli produk Emina melalui TikTok Shop. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 26 melalui analisis statistik deskriptif, regresi linear sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Affiliate Marketing* melalui TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Emina. Nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,800. Nilai R Square sebesar 0,440 menunjukkan bahwa *Affiliate Marketing* memberikan kontribusi sebesar 44,0% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan 56,0% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci: *Affiliate Marketing*; TikTok; Keputusan Pembelian; Generasi Z; Emina

The Influence of Affiliate Marketing through TikTok on Generation Z Purchase Decisions of Emina Products

Indyra Marissa Putri

ABSTRACT

The development of TikTok as a digital marketing platform has encouraged the use of Affiliate Marketing as a strategy for delivering product information and marketing products to consumers, particularly Generation Z. This study aims to determine the influence of Affiliate Marketing through TikTok on Generation Z's purchase decisions regarding Emina products and the magnitude of this influence. This study employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through an online questionnaire using a semantic differential scale ranging from 1 to 7. The sample consisted of 110 Generation Z respondents who had a TikTok account, had viewed Emina Affiliate content, and had purchased Emina products through TikTok Shop. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics 26 through descriptive statistical analysis, simple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that Affiliate Marketing through TikTok had a positive and significant influence on Generation Z's purchase decisions regarding Emina products. The significance value was 0.000, with a regression coefficient of 0.800. The R Square value of 0.440 indicates that Affiliate Marketing contributed 44.0% to purchase decisions, while the remaining 56.0% was influenced by other factors outside the research model.

Keywords: *Affiliate Marketing; TikTok; Purchase Decision; Generation Z; Emina*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
<u>1.1 Latar belakang</u>	<u>1</u>
<u>1.2 Rumusan Masalah.....</u>	<u>7</u>
<u>1.3 Tujuan Penelitian.....</u>	<u>8</u>
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u>	<u>8</u>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Yang Relevan.....	9
<u>2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....</u>	<u>9</u>
2.1.1.2 Definisi Komunikasi Pemasaran Digital	9
<u>2.1.3 Elaboration Likelihood Model (ELM)</u>	<u>11</u>
<u>2.1.4 Keputusan Pembelian.....</u>	<u>13</u>
2.1.4.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	15
<u>2.1.5 TikTok.....</u>	<u>16</u>
<u>2.1.6 Affiliate Marketing</u>	<u>18</u>
2.1.6.1 Definisi <i>Affiliate Marketing</i>	18
2.1.6.2 Aspek-Aspek <i>Affiliate Marketing</i>	18
2.1.6.3 Faktor yang mempengaruhi <i>Affiliate Marketing</i>	20
<u>2.1.7 Generasi Z</u>	<u>21</u>
2.1.7.1 Definisi Generasi Z	21
2.1.7.2 Ciri-Ciri Generasi Z	22
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis.....	23
2.2.1 Keterkaitan <i>Affiliate Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.3 Kerangka Model Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41

3.1 Desain dan Pendekatan	41
3.2 Populasi dan Prosedur Pengumpulan Penelitian	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Teknik Sampling dan Pengumpulan Responden.....	42
3.3 Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Metode Pengukuran Data	44
3.3.3 Skala Pengukuran.....	44
3.4 Teknik Analisis Data.....	45
3.4.1 Analisis Statik Deskriptif	45
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.4.4 Uji Hipotesis (Uji t)	47
3.4.5 Uji F (Uji Simultan)	47
3.4.6 Koefisien Determinasi (R ²)	48
3.5 Validasi Data	48
3.5.1 Uji Instrumen	49
3.5.1.1 Uji Validitas	49
3.5.1.2 Uji Reabilitas	49
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	50
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Pre-Test Kuisisioner	54
4.1.1.1 Uji Validitas	54
4.1.1.2 Uji Reliabilitas	57
4.1.2 Proses Pengumpulan Data dan <i>Response Rate</i>	58
4.1.3 Uji Instrumen	59
4.1.3.1 Uji Validitas	59
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.1.3 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden	63
4.1.3.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	64
4.1.3.2 Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65

4.1.4 Statistik Deskriptif Variabel	66
4.1.4.1 Analisis Deskriptif <i>Affiliate Marketing</i>	67
4.1.4.2 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	81
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	94
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	94
4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	96
4.1.5.3 Uji Multikolinieritas.....	97
4.1.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	98
4.1.7 Uji Hipotesis.....	99
4.1.7.1 Uji F	99
4.1.7.2 Uji t	100
4.1.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	101
4.2 Pembahasan.....	102
4.2.1 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina pada Generasi Z	102
4.2.2 Karakteristik Produk Emina dalam Kaitannya dengan <i>Affiliate Marketing</i> melalui TikTok	103
4.2.3 Pengaruh <i>Affiliate Marketing</i> melalui TikTok terhadap Keputusan Pembelian dalam Perspektif Elaboration Likelihood Model	106
4.2.3.1 Perbandingan Deskriptif Jalur <i>Central Route</i> dan <i>Peripheral Route</i>	107
BAB V.....	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Kelemahan Penelitian	111
5.3 Saran	111
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Sosial Media 2025.....	1
Gambar 1.2 Tiktok Shop sebagai tempat berbelanja produk Beauty & Care dibandingkan Tokopedia.....	2
Gambar 2.1 Model Riset	40
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pre-Kuesioner (Variabel X Affiliate Marketing)	54
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pre-Kuesioner Variabel Y (Keputusan Pembelian)	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Kuesioner	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Affiliate Marketing)	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	61
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel X Affiliate Marketing	63
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Y Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel X dan Y	66
Tabel 4.11 Skala Interval	68
Tabel 4.12 Pernyataan X1	69
Tabel 4.13 Pernyataan X2	70
Tabel 4.14 Pernyataan X3	71
Tabel 4.15 Pernyataan X4	72
Tabel 4.16 Pernyataan X5	73
Tabel 4.17 Pernyataan X6	74
Tabel 4.18 Pernyataan X7	75
Tabel 4.19 Pernyataan X8	76

Tabel 4.20 Pernyataan X9	77
Tabel 4.21 Pernyataan X10	78
Tabel 4.22 Pernyataan X11	79
Tabel 4.23 Pernyataan X12	80
Tabel 4.24 Pernyataan Y1	81
Tabel 4.25 Pernyataan Y2	82
Tabel 4.26 Pernyataan Y3	83
Tabel 4.27 Pernyataan Y4	84
Tabel 4.28 Pernyataan Y5	85
Tabel 4.29 Pernyataan Y6	86
Tabel 4.30 Pernyataan Y7	87
Tabel 4.31 Pernyataan Y8	88
Tabel 4.32 Pernyataan Y9	89
Tabel 4.33 Pernyataan Y10	90
Tabel 4.34 Pernyataan Y11	91
Tabel 4.35 Pernyataan Y12	92
Tabel 4.36 Deskriptif Statistik	93
Tabel 4.37 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	94
Tabel 4.38 Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4.39 Uji Multikolinearitas	97
Tabel 4.40 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	98
Tabel 4.41 Uji F	99

Tabel 4.42 Uji t	100
Tabel 4.43 Koefisien Determinasi R^2	101
Tabel 4.44 Perbandingan Deskriptif Jalur <i>Central Route</i> dan <i>Peripheral Route</i> pada Variabel Affiliate Marketing (X)	107

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER.....	117
LAMPIRAN 2 UJI ALAT UKUR.....	119
LAMPIRAN 3 Output Karakteristik Responden.....	121
LAMPIRAN 4 Output Statistik Deskriptif.....	122
LAMPIRAN 5 Uji Asumsi Klasik.....	123
LAMPIRAN 6 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	125