

**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, *LIFE***

***STYLE* DAN *BRAND IMAGE* (STUDI KASUS PRODUK KOSMETIK**

**WARDAH PADA MITRA SWALAYAN SUKOHARJO**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Batik Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**MARFIKA NUR HAYANI**

**NIM : 2018020135**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini setelah membaca skripsi dengan judul :

**Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk, *Life Style* Dan *Brand Image* (Studi Kasus Produk Kosmetik Wardah Pada Mitra Swalayan Sukoharjo)**

Untuk Dipertahankan Dihadapan Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik

Surakarta

Oleh :

**MARFIKA NUR HAYANI**

**NIM : 2018.020.135**

Surakarta, 19 Januari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II,

Drs. Sri Hartono, SE, Msi.

Dra Eny Kustiyah, MM

Mengetahui,  
Kepala Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Batik Surakarta

Fithri Setya Marwati, SE., M.M.

NIDN. 0603088405

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Marfika Nur Hayani

NIM : 2018020135

Judul Skripsi : Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk, *Life Style* Dan *Brand Image* (Studi Kasus Produk Kosmetik Wardah Pada Mitra Swalayan Sukoharjo

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya terkait skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang diacu dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka

Surakarta

Materai 6000

(Marfika Nur Hayani)

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan untuk memenuhi syarat dan tugas guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.

Pada Hari :

Tanggal :

### TIM PENGUJI SKRIPSI

1. Drs.Sri Hartono,SE,Msi ( )  
Ketua
2. Dra Eny Kustiyah,MM. ( )  
Sekretaris
3. ( )  
Anggota

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Batik Surakarta

**(Dr. Ec. Dra. Hj. Istiatin, SE, MM)**

**NIDN. 0621045901**

## **MOTTO**

Pelangi yang muncul setelah hujan adalah janji alam bahwa masa buruk telah berlalu  
dan masa depan akan baik-baik saja

(Windry Ramadhina)

Saya bukan apa-apa tapi saya harus menjadi segalanya

.(Karl Marx)

“Sesungguhnya Allah SWT Tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga  
mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri

(Q.S.Ar-Rad:11)

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala atas semua nikmat yang sangat luar biasa dan rasa syukur yang tak terbatas atas dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Begitu banyak dan besar rasa terima kasih saya ucapkan kepada:

- Seluruh keluarga tercinta atas doa tulus dan dukungannya selama membersamai, sehingga begitu banyak sekali kemudahan yang saya rasakan dari proses awal hingga akhir.
- Seluruh saudara, rekan kerja dan sahabat-sahabatku terimakasih atas dukungan, semangat dan pengertian yang selalu di berikan selama menyusun skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Penulisan skripsi dengan judul Peningkatan Penjualan Melalui Strategi Daya Saing, Inovasi Produk Dan Digital Marketing Pada industri Batik Laweyan Surakarta. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Batik Surakarta. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, dengan tulus dan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Amir Junaedi, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi lanjut S1 Ekonomi.
2. Dr.Ec.Dra.Hj. Istiatin, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
3. Fithri Setya Marwati, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.
4. Drs.Sri Hartono,SE,Msi selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan serta kesabarannya selama penulisan skripsi.
5. Dra Eny Kustiyah,MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membina dan memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.
7. Segenap pihak yang telah berkontribusi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih.

Penulisan skripsi ini tentunya jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis, sehingga penulis tidak menutup kemungkinan terhadap saran dan kritik yang sifatnya membangun. Akhirnya penulis menyampaikan, semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Surakarta,

Penulis

(Marfika Nur Hayani)



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitaian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Pelayanan .....	9
B. Daya Tanggap .....	11
C. Kepedulian .....	12

D. Jaminan .....	13.
E. Bukti Fisik .....	13.
F. Keandalan .....	14
G. Penelitian Yang Relevan .....	14
H. Kerangka Pemikiran .....	18
I. Hipotesis .....	19

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	22
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	22
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel .....	23
D. Sumber Data Penelitian .....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Definisi Operasional Variabel.....	26
G. Uji Instrumen .....	28
H. Uji Asumsi Klasik .....	34
I. Uji Hipotesa .....	37

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
B. Deskripsi Responden.....	45
C. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	53
D. Analisis Regresi Linier Berganda .....	55

E. Uji Hipotesis .....	55
------------------------	----

F. Pembahasan Hasil Analisis .....	68
------------------------------------	----

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....	75
---------------------	----

B. Saran.....	77
---------------	----

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Yang Relevan.....	14
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel III.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel III.3 Hasil Uji Validitas Daya Tanggap .....	29
Tabel III.4 Hasil Uji Validitas Kepedulian .....	30
Tabel III.5 Hasil Uji Validitas Jaminan .....	30
Tabel III.6 Hasil Uji Validitas Bukti Fisik .....	31
Tabel III.7 Hasil Uji Validitas Keandalan .....	31
Tabel III.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	32
Tabel III.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	33
Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel IV.3 Deskripsi Variabel .....	46
Tabel IV.4 Interval .....	67

Tabel IV.5 Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan .....	47
Tabel IV.6 Tanggapan Responden Daya Tanggap .....	48
Tabel IV.7 Tanggapan Responden Kepedulian .....	49
Tabel IV.8 Tanggapan Responden Jaminan .....	50
Tabel IV.9 Tanggapan Responden Bukti Fisik .....	51
Tabel IV.10 Tanggapan Responden Keandalan .....	52
Tabel IV.11 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel IV.12 Hasil Uji Multikolieritas .....	54
Tabel IV.13 Hasil Heterokedasitas .....	55
Tabel IV.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel IV.15 Hasil Uji F.....	58
Tabel IV.16 Hasil Uji t.....	59
Tabel IV.17 Hasil Koefisien Determinasi.....	67

## ABSTRAK

### **MARFIKA NUR HAYANI, 2018020135, KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, *LIFE STYLE* DAN *BRAND IMAGE* (STUDI KASUS PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MITRA SWALAYAN SUKOHARJO**

Skripsi Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islama Batik Surakarta, 2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Pengaruh Simultan, Kualitas Produk, *Life Style* dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah (Studi kasus di Mitra Sukoharjo). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 Responden Konsumen Produk Kosmetik Wardah. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner dan observasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil Uji F membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Life Style* ( $X_2$ ), dan *Brand Image* ( $X_3$ ) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) produk Kosmetik Wardah, dimana diperoleh hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  26,292 sebesar 2,47. dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Life Style* Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Life Style*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**MARFIKA NUR HAYANI, 2018020135, KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, *LIFE STYLE* DAN *BRAND IMAGE* (STUDI KASUS PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MITRA SWALAYAN SUKOHARJO**

Skripsi Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Islama Batik Surakarta, 2021.

The purpose of this study was to determine the Simultaneous Effects, Product Quality, Lifestyle and Brand Image on Purchasing Decisions on Wardah Cosmetics Products. This type of research is descriptive quantitative. The population in this study were 100 Consumer Respondents of Wardah Cosmetic Products. Research data obtained from the distribution of questionnaires and observations.

The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the F test prove that there is a significant effect of Product Quality (X1), Life Style (X2), and Brand Image (X3) together on the Purchase Decision (Y) of Wardah Cosmetics products, where the results obtained are  $F_{count} > F_{table}$  26,292 of 2,47. with a significance value of  $0.000 < 0.05$ .

The results of the t-test indicate that product quality has a significant effect on Wardah's Cosmetic Product Purchase Decision. Lifestyle Affects Wardah's Cosmetic Product Purchase Decision. Brand Image has a significant effect on Wardah's Cosmetic Product Purchase Decision

Keywords: Product Quality, Life Style, Brand Image and Purchase Decision

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## **LAMPIRAN 1**

### **KUISIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.  
Responden Penelitian  
Ditempat

Bersama ini saya

Nama : Marfika Nur Hayani  
NIM : 2081020135  
Universitas : Universitas Islam Batik Surakarta  
Fakultas : Ekonomi / Manajemen S1

Terkait dengan penelitian yang akan saya teliti dengan Judul “Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk, *Life Style* Dan *Brand Image* (Studi Kasus Produk Kosmetikwardah Pada Mitra Swalayan Sukoharjo)” maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian, saya menyadari waktu saudara/I sangat berharga, Untuk itu saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah anda luangkan untuk mengisi kuisisioner ini

Hormat Saya

Marfika Nur Hayani

## KUISIONER PENELITIAN

### KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, *LIFESTYLE* DAN *BRAND IMAGE* (STUDI KASUS PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MITRA SWALAYAN SUKOHARJO)

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia : 15-20 Tahun  . 21 – 30 Tahun  . > 31
3. Jenis kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Pendapatan : 1Jt -2Jt  . 2,1 Jt – 3Jt  . >3,1 Jt

#### II. PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan memberi tanda *checkmark* (  $\surd$  ) pada kolom sesuai dengan penilaian Anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Pemilihan kolom mencerminkan penilaian Anda dengan kriteria sebagai berikut.

#### III. KETERANGAN

- SS : Sangat setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak setuju  
STS : Sangat tidak setuju

## A. KUALITAS PRODUK

No.	Kualitas produk ( $X_1$ )	SS	S	N	TS	STS
1	Kualitas Produk Wardah sangat aman dan Halal					
2	Produk Kosmetik Wardah mampu bersaing dengan produk Kosmetik lain yang memiliki harga lebih tinggi					
3	Produk Wardah Mampu mengatasi Permasalahan Kulit Wanita Indonesia					
4	Produk yang diberikan sangat beragam dari mulai perawatan Wajah hingga Perawatan Tubuh					

## B. LIFE STYLE

No.	LifeStyle	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli kosmetik Wardah karena saya sering menggunakan Make up setiap saat					
2	Saya memutuskan membeli Kosmetik Wardah karena setiap harga yang ditawarkan cukup terjangkau.					
3	Saat memakai produk Wardah hasilnya sangat bagus dan cocok di kulit					
4	Saya memutuskan membeli produk Wardah karena saya memiliki kegemaran Berdandan sehingga saya Menyukai produk tersebut.					

### C. *BRAND IMAGE*

No.	Brand image	SS	S	N	TS	STS
1	Salah satu Kosmetik dengan Label “ Halal”					
2	Saya memilih Produk Kosmetik Wardah karena sudah dikenal banyak orang					
3	Brand Wardah menjadi Kosmetik unggulan di kalangan anak Muda					
4	Karakteristik merek memenuhi harapan pelanggan					

### D. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Keputusan Pembelian	SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih memilih produk kosmetik wardah dari pada produk kosmetik lain					
2	Saya membeli kosmetik di wardah di Mitra Swalayan karena bisa dilakukan kapan saja					
3	Penjualnya juga sangat ramah dan sabar					
4	Pembeli merekomendasikan ke teman untuk mencoba produk Wardah					

## **LAMPIRAN 2**

Data Uji Coba 20 Responden

### **LAMPIRAN 3**

Tabulasi 100 Responden

## LAMPIRAN 4

### UJI INSTRUMEN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk
  - a. Uji Validitas Kualitas Produk

#### Correlations

		KP 1	KP2	KP 3	KP 4	TKP
KP1	Pearson Correlation	1	.279	.000	.285	.785**
	Sig. (2-tailed)		.233	1.000	.223	.009
	N	20	20	20	20	20
KP2	Pearson Correlation	.279	1	.129	.107	.835**
	Sig. (2-tailed)	.233		.587	.652	.005
	N	20	20	20	20	20
KP3	Pearson Correlation	.000	.129	1	.244	.973**
	Sig. (2-tailed)	1	.587		.300	.003
	N	20	20	20	20	20
KP4	Pearson Correlation	.285	.107	.244	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.223	.652	.300		.002
	N	20	20	20	20	20
TKP	Pearson Correlation	.785**	.835**	.973**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.005	.003	.002	
	N	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- b. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
0,866	4

2. Uji Validitas dan Reliabilitas *Life Style*

a. Uji Validitas *Life Style*

**Correlations**

		LS 1	LS 2	LS 3	LS 4	TLS
LS 1	Pearson Correlation	1	.909**	.641**	.882**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.045	.199	.001	.000
	N	20	20	20	20	20
LS 2	Pearson Correlation	.452*	1	.414	.576**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.045		.070	.008	.000
	N	20	20	20	20	20
LS 3	Pearson Correlation	.300	.414	1	.276	.641**
	Sig. (2-tailed)	.199	.070		.239	.003
	N	20	20	20	20	20
LS 4	Pearson Correlation	.704**	.576**	.276	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.239		.000
	N	20	20	20	20	20
TLS	Pearson Correlation	.909**	.641**	.882**	.826**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.045	.199	.001	.000
	N	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Reliabilitas *Life Style*

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	4



3. Uji Validitas dan Reliabilitas *Brand Image*

a. Uji Validitas *Brand Image*

**Correlations**

		BI 1	BI 2	BI 3	BI 4	TBI
BI 1	Pearson Correlation	1	.765*	.733*	.821	.549**
	Sig. (2-tailed)		.018	.018	.060	.000
	N	20	20	20	20	20
BI2	Pearson Correlation	.765*	1	.286	.099	.629**
	Sig. (2-tailed)	.018		.222	.679	.003
	N	20	20	20	20	20
BI 3	Pearson Correlation	.733*	.286	1	.263	.688**
	Sig. (2-tailed)	.018	.222		.262	.001
	N	20	20	20	20	20
BI 4	Pearson Correlation	.821	.099	.263	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.060	.679	.262		.001
	N	20	20	20	20	20
TBI	Pearson Correlation	1	.765*	.733*	.821	.549
	Sig. (2-tailed)	.009	.005	.003	.002	
	N	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Reliabilitas *Brand image*

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	4

4. Uji Validitas dan Realiabilitas Keputusan Pembelian  
 a. Uji Validitas Keputusan Pembelian

**Correlations**

		KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	TKP
KP1	Pearson Correlation	1	.543**	.590	.772**	.543
	Sig. (2-tailed)		.001	.574	.003	.000
	N	20	20	20	20	20
KP2	Pearson Correlation	.590**	1	.667**	.488*	.590
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.029	.000
	N	20	20	20	20	20
KP3	Pearson Correlation	.772	.667**	1	.488*	.772
	Sig. (2-tailed)	.574	.001		.029	.000
	N	20	20	20	20	20
KP 4	Pearson Correlation	.627**	.488*	.488*	1	.605
	Sig. (2-tailed)	.003	.029	.029		.000
	N	20	20	20	20	20
TKP	Pearson Correlation	.543	.590	.772	.605	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- b. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Cronbach's Alpha	N of Items
.654	4

## LAMPIRAN 5

### Uji Asumsi Klasik

#### A. UJI ASUMSI KLASIK

##### 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,86929318
Most Extreme Differences	Absolute	,045
	Positive	,040
	Negative	-,045
Test Statistic		,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

##### 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,577	1,772		4,276	,000		
	KP	,273	,098	,341	2,791	,006	,383	2,610
	KL	,214	,094	,280	2,282	,025	,381	2,624
	LF	,228	,099	,186	2,311	,023	,887	1,127

a. Dependent Variable: KK

##### 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,133	,993		4,160	,000
	KP	-,080	,055	-,230	-1,463	,147
	KL	-,016	,053	-,047	-,301	,764
	LF	-,036	,055	-,067	-,646	,520

a. Dependent Variable: ABSRES

## LAMPIRAN 6

### UJI HIPOTESA

#### 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,577	1,772		4,276	,000
	KP	,273	,098	,341	2,791	,006
	LF	,214	,094	,280	2,282	,025
	BI	,228	,099	,186	2,311	,023

a. Dependent Variable: Kp

#### 2. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	284,229	3	94,743	26,292	,000 <sup>b</sup>
	Residual	345,931	96	3,603		
	Total	630,160	99			

a. Dependent Variable: KP  
b. Predictors: (Constant), KP,LF,BI,

#### 3. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,577	1,772		4,276	,000
	KP	,273	,098	,341	2,791	,006
	LF	,214	,094	,280	2,282	,025
	BI	,228	,099	,186	2,311	,023

a. Dependent Variable: KP

#### 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,672 <sup>a</sup>	,451	,434	1,89828
a. Predictors: (Constant), KP,LF,BI				
b. Dependent Variable: KP				