

**PENGARUH PROMOSI DAN *ONLINE COSTUMER REVIEWS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GITAR *FENDER*  
*STRATOCESTER* MELAU MINAT BELI DI TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020**

**Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Firmansyah Tonda**

**202010325271**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan *Online Costumer Reviews* terhadap Keputusan Pembelian Gitar *Fender Stratocaster* melalui Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Firmansyah Tonda  
Nomor Pokok : 202010325271  
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 23 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Hapzi Ir MM, CMA, MPM

NIDN. 0012016601



Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA

NIDN. 0303038004

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Online Costumer Reviews terhadap Keputusan Pembelian Gitar Fender Stratocaster melalui Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Firmansyah Tonda  
Nomor Pokok : 202010325271  
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : (15 Juli 2024)

Jakarta, (23 Juli 2024)

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA  
NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr Heni Rohaeni, S.sos, M.Si  
NIDN. 0314068202

Penguji : Prof. Dr. Ir Hapzi Ali, MM, CMA,  
MPM  
NIDN. 0012016601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M  
NIDN. 0327037601

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN. 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firmansyah Tonda  
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325271  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 26 September 2001  
Alamat : Perumahan Taman Duta Indah 1 Blok A, No 12

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Promosi dan Online Costumer Reviews terhadap Keputusan Pembelian gitar Fender Stratocaster melalui Minat Beli di Tokopedia (Studi kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Firmansyah Tonda

202010325271



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Promosi dan Online Costumer Reviews terhadap Keputusan Pembelian gitar Fender Stratocaster melalui Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang meliputi analisis demografi dan sampel tertentu. Metodenya mengandalkan sampling insidental atau aksidental, yaitu merekrut partisipan berdasarkan ketersediaan atau kehadiran mereka di lokasi tertentu dalam kaitannya dengan konteks penelitian. Sampel yang dikumpulkan berdasarkan kebutuhan adalah sampel yang dipilih secara insidental, tidak meliputi persiapan sebelumnya. Dalam penelitian ini, 200 partisipan disurvei. Analisis data dilakukan dengan bantuan Smart PLS 4.0. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor promosi dengan minat beli, berdasarkan temuan uji hipotesis koefisien jalur menunjukkan nilai P-value sebesar 0,000 atau  $<0,05$  dan nilai t-statistik promosi sebesar 1,103 atau  $<1,96$ . Hasil uji hipotesis koefisien jalur menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel online customer review dengan minat beli, dengan nilai t-statistics sebesar 4,752 atau  $> 1,96$  dan P-value sebesar 0,000 atau  $<0,05$ . Terdapat pengaruh yang kuat antara faktor promosi terhadap pilihan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik promosi sebesar 2,541 atau  $> 1,96$  dan P-value sebesar 0,000 atau  $< 0,05$  pada uji hipotesis koefisien jalur. Hasil uji hipotesis koefisien jalur menunjukkan bahwa variabel online customer review mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t-statistic sebesar 2,051 atau  $> 1,96$  dan P-value sebesar 0,000 atau  $<0,05$ . Berdasarkan uji hipotesis koefisien jalur, nilai t-statistik ulasan pelanggan online adalah 4,957, lebih besar dari 1,96, dan nilai P adalah 0,000, kurang dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel yang berhubungan dengan minat beli mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Promosi, Online Costumer Reviews, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the impact of marketing campaigns and user reviews on the intention to buy a Fender Stratocaster guitar on the Tokopedia marketplace. This study used quantitative research methods, which include analyzing specific demographics and samples. The method relies on incidental or accidental sampling, which entails recruiting participants based on their availability or presence in a particular location in relation to the study's context. A sample collected on the basis of necessity is the one that is selected by incidental sampling, which does not include any previous preparation. In this research, 200 participants were surveyed. Data analysis was performed with the help of Smart PLS 4.0. There is no significant connection between promotional factors and purchasing interest, according to the findings of the path coefficient hypothesis test, which shows P-values of 0.000 or  $<0.05$  and a promotional t-statistics value of 1.103 or  $<1.96$ . The results of the path coefficient hypothesis test indicate that there is a significant relationship between the online customer reviews variable and purchasing interest, as the t-statistics value is 4.752 or  $> 1.96$  and the P-values are 0.000 or  $<0.05$ . There is a strong effect between promotional factors and purchase choices, as shown by the promotional t-statistics value of 2.541 or  $> 1.96$  and P-values of 0.000 or  $< 0.05$  in the path coefficient hypothesis test. The results of the path coefficient hypothesis test indicate that the online customer reviews variable has a significant influence on purchasing decisions, as the t-statistics value is 2.051 or  $> 1.96$  and the P-values are 0.000 or  $<0.05$ . According to the path coefficient hypothesis test, the t-statistics value of online customer reviews is 4.957, which is greater than 1.96, and the P-value is 0.000, which is less than 0.05. Therefore, it can be concluded that the variables related to purchasing interest have a significant impact on purchasing decisions.*

*Keywords: Promotion, Online Costumer Reviews, Purchase Intention and Buying Decision.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Promosi Dan Online Costumer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Gitar Fender Stratocester Melalui Minat Beli Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)* dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi pada Program Sarjana Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan mendapatkan gelar.

Dalam kesempatan pada kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta bimbingan atas diselesaikannya skripsi ini, ucapan terima kasih terutama kepada:

1. Irjen. Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S. Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bintang Narpati, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mendukung dan memberikan arahan selama perkuliahan.
5. Prof. Dr. Hapzi Ir MM, CMA, MPM Selaku Dosen Pembimbing I yang sudah memberikan waktu, ilmu, kesabaran, dukungan dan tenaga untuk membantu dan membimbing penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA Selaku Dosen Pembimbing II yang juga sudah memberikan waktu, ilmu, kesabaran, dukungan dan tenaga untuk



membantu dan membimbing penyusunan skripsi ini.

7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Moh Saleh Tonda dan Ibu Arfa Abdullah yang tak pernah berhenti untuk memberikan do'a serta dukungan dan juga motivasi selama saya menyusun skripsi ini.
8. Terimakasih kepada The Beatles, The Rolling Stone, Red Hot Chili Peppers, Paramore, dan Band dalam negeri seperti The SIGIT, Efek Rumah Kaca dan Slank yang selalu menemani saya dengan lagu atau karya yang mereka buat dalam proses menyusun skripsi ini.
9. Terkhusus untuk Muh Radittya Hanif Faturrohman dan Ajijah Jumani yang telah membantu dan memberikan pengetahuan pengetahuan baru di bidang akademik terimakasih atas segala bantuan, waktu dan kebaikan yang sudah saya terima.
10. Terimakasih Kepada Adi Prayogo, Sendy Wijaya, Fiqih Adittya Alamsyah, Muhammad Kamil Hafidzi dan Dwi Sapto Bagaskoro yang selalu menghibur dan menemani saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Fathia Rizqi Ananda yang telah banyak membantu dan menjadi alasan saya untuk tetap semangat dalam menyusun skripsi ini, Terimakasih banyak.
12. Kepada diri saya karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya.

Jakarta 15 Juli 2024



Firmansyah Tonda

202010325271



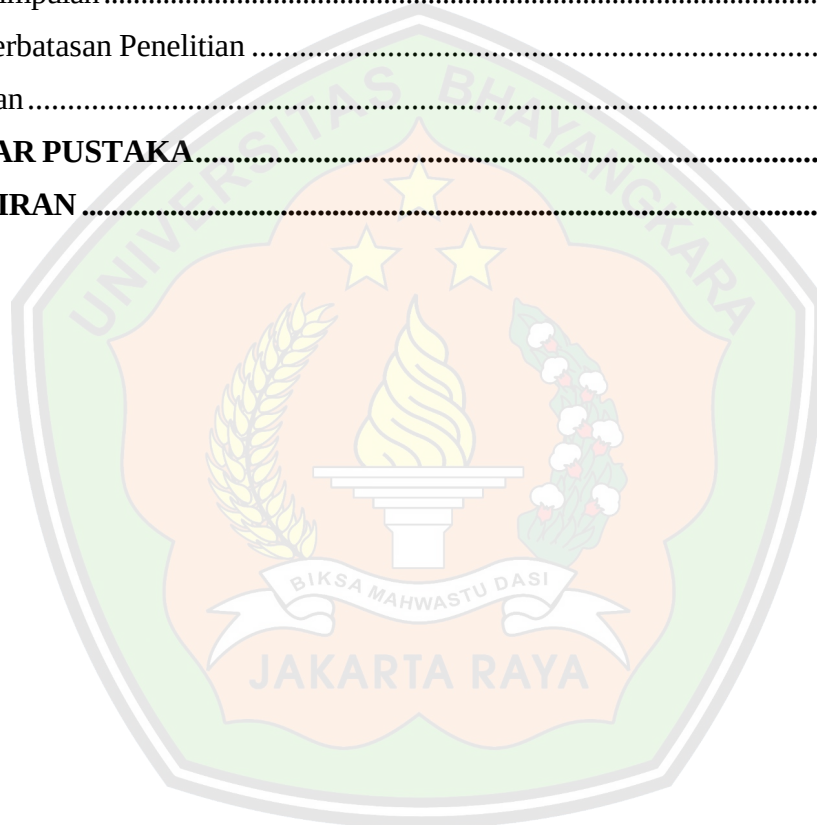
## DAFTAR ISI

|                                                          |             |
|----------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSTUJUAN PEMBIMBING.....</b>                 | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                           | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                     | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                    | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                               | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                            | <b>xiv</b>  |
| 1.1 Latar Belakang.....                                  | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                 | 18          |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                               | 19          |
| 1.4 Batasan Penelitian.....                              | 19          |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....                              | 20          |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis .....                             | 20          |
| 1.5.2 Manfaat Praktis.....                               | 20          |
| 1.6 Sistematika Penulisan .....                          | 21          |
| <b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>                       | <b>23</b>   |
| 2.1 Pemasaran.....                                       | 23          |
| 2.2 Keputusan Pembelian.....                             | 24          |
| 2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian .....                 | 24          |
| 2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian ..... | 25          |
| 2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian .....                | 26          |
| 2.3 Minat Beli .....                                     | 27          |

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.1 Definisi Minat Beli.....                               | 27        |
| 2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Minat Beli.....               | 27        |
| 2.3.3 Indikator Minat Beli.....                              | 28        |
| 2.4 Promosi.....                                             | 29        |
| 2.4.1 Definisi Promosi .....                                 | 29        |
| 2.4.2 FaktorYang Mempengaruhi Promosi.....                   | 29        |
| 2.4.3 Indikator Promosi.....                                 | 31        |
| 2.5 Online Costumer Reviwes.....                             | 32        |
| 2.5.1 Definisi Online Costumer Reviews .....                 | 32        |
| 2.5.3 Indikator Online Costumer Reviews .....                | 33        |
| 2.6 Telaah Empiris .....                                     | 35        |
| 2.7 Pengaruh antar Variabel .....                            | 40        |
| 2.7.1 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli .....             | 40        |
| 2.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....    | 42        |
| 2.7.5 Pengaruh Minat beli terhadap Keputusan Pembelian ..... | 44        |
| 2.8 Kerangka Penelitian .....                                | 45        |
| 2.9 Hipotesis .....                                          | 46        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                   | <b>47</b> |
| 3.1.1 Jenis Penelitian.....                                  | 47        |
| 3.1.2 Variabel Penelitian .....                              | 47        |
| 3.1.3 Jenis Sumber Data.....                                 | 48        |
| 3.1.4 Waktu Penelitian .....                                 | 48        |
| 3.1.5 Tempat Penelitian.....                                 | 48        |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                | 49        |
| 3.2.1 Populasi .....                                         | 49        |
| 3.2.2 Sampel .....                                           | 49        |
| 3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....                        | 50        |
| 3.3 Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....                      | 50        |
| 3.4 Skala Pengukuran.....                                    | 51        |
| 3.5 Definiai Operasional Variabel.....                       | 51        |

|                                                                                    |           |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....                              | 57        |
| 3.6.1 Teknik Analisis Data SEM PLS .....                                           | 57        |
| 3.6.4 Uji Hipotesis .....                                                          | 59        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                           | <b>61</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Universitas .....                                                | 61        |
| 4.1.2 Visi .....                                                                   | 61        |
| 4.1.3 Misi.....                                                                    | 61        |
| 4.2 Profil Program Studi Manajemen .....                                           | 62        |
| 4.2.2 Misi.....                                                                    | 62        |
| 4.2.3 Struktur Organisasi .....                                                    | 64        |
| 4.3 Hasil Penelitian.....                                                          | 64        |
| 4.3.1 Penyebaran dan Pengambilan Kuesioner.....                                    | 65        |
| 4.3.2 Gambaran Umum Identitas Responden .....                                      | 66        |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                         | 66        |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Tahun).....                           | 67        |
| 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....                              | 68        |
| 4.4 Hasil Data Analisa .....                                                       | 69        |
| 4.4.2. Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model) .....                         | 70        |
| a. Uji Validitas Konvergen.....                                                    | 71        |
| 1. Convergent Validity .....                                                       | 71        |
| 2. Average Variance Extracted (AVE) .....                                          | 73        |
| 3. Discriminant Validity.....                                                      | 74        |
| 4.4.3. Hasil Analisis Model Pengukuran (Inner Model).....                          | 79        |
| 4.4.4 Hasil Uji Hipotesis dan Interpretasi Hasil .....                             | 81        |
| 1. Pengujian Hipotesis ke 1 ( Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli ) .....         | 82        |
| 2. Pengujian Hipotesis ke 2 ( Pengaruh Online Costumer Reviews terhadap Minat Beli |           |
| .....                                                                              | 82        |
| 3. Pengujian Hipotesis ke 3 (Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian) .....  | 83        |
| 4. Pengujian Hipotesis ke 4 Pengaruh Online Costumer Reviews terhadap Keputusan    |           |
| Pembelian).....                                                                    | 83        |
| 5. Pengujian Hipotesis 5 (Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian).....   | 84        |

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                     | 85         |
| 4.5.1 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....                          | 85         |
| 4.5.2 Pengaruh Online Costumer Reviews terhadap Minat Beli .....         | 86         |
| 4.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....                | 88         |
| 4.5.4 Pengaruh Online Costumer Reviews terhadap Keputusan Pembelian..... | 89         |
| 4.5.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian .....             | 90         |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                               | <b>93</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                     | 93         |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian .....                                        | 95         |
| 5.3 Saran .....                                                          | 96         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                               | <b>97</b>  |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                    | <b>104</b> |





## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Hasil Pra Survey .....                                 | 17 |
| Tabel 2.1 Telaah Empiris .....                                         | 35 |
| Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....                                        | 51 |
| Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian .....                          | 52 |
| Tabel 4.1 Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner.....                       | 66 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....      | 66 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (Tahun).....        | 67 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....          | 68 |
| Tabel 4.5 Convergent Validity .....                                    | 71 |
| Tabel 4.6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....                | 73 |
| Tabel 4.7 <i>Discriminant Validity Fornell-Laccker Criterion</i> ..... | 74 |
| Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i> .....                           | 76 |
| Tabel 4.9 <i>Cronbach Alpha</i> .....                                  | 77 |
| Tabel 4.10 R-Square.....                                               | 80 |
| Tabel 4. 11 Uji Hipotesis Path Koefisien.....                          | 81 |

## Daftar Gambar

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 <i>Clarence Leonidas "Leo" Fender</i> pendiri <i>Fender</i> ..... | 2  |
| Gambar 1.2 Profil Tokopedia.....                                             | 6  |
| Gambar 1.3 Data <i>E-Commerce</i> terpopuler di Indonesia tahun 2022 .....   | 7  |
| Gambar 1.4 Data Penjualan Gitar <i>Fender</i> Tahun 2020-2023.....           | 8  |
| Gambar 1.5 Toko Gitar <i>Fender Stratocaster</i> di Tokopedia .....          | 11 |
| Gambar 1.6 <i>Reviews Costumer</i> Gitar <i>Fender Stratocester</i> .....    | 13 |
| Gambar 1.7 Data Diagram Minat Beli Gitar <i>Fender Stratocaster</i> .....    | 16 |
| Gambar 1. 8 Grafik Hasil Pra Survey.....                                     | 17 |
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....                                          | 45 |
| Gambar 3.1 Struktur Desain SEM .....                                         | 57 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Prodi Manajemen .....                         | 64 |
| Gambar 4.2 Skema Model <i>Partial Least Square</i> .....                     | 69 |
| Gambar 4.3 Output <i>PLS Algorithme</i> .....                                | 70 |
| Gambar 4.4 <i>Output PLS Bootstraping</i> .....                              | 79 |

## Daftar Lampiran

|                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Surat Permohonan.....                                                     | 103 |
| Lampiran 2 Surat Penyampaian Izin Melakukan Riset.....                               | 104 |
| Lampiran 3 Buku Bimbingan.....                                                       | 105 |
| Lampiran 4 Uji Plagiarisme .....                                                     | 108 |
| Lampiran 5 Uji Refrensi.....                                                         | 110 |
| Lampiran 6 Pernyataan Kuesioner .....                                                | 120 |
| Lampiran 7 Rekapitulasi Identitas Responden.....                                     | 130 |
| Lampiran 8 Distribusi Frekuensi Identitas Responden .....                            | 135 |
| Lampiran 9 Tabulasi Jawaban Kuesioner Variabel Promosi (X1).....                     | 136 |
| Lampiran 10 Tabulasi Jawaban Kuesioner Variabel Online Cosumer Reviews (X2)<br>..... | 141 |
| Lampiran 11 Tabulasi Jawaban Kuesioner Variabel Minat Beli (Y1).....                 | 146 |
| Lampiran 12 Tabulasi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y2)...          | 151 |
| Lampiran 13 Formulir Pendaftaran Ujian Skripsi.....                                  | 156 |
| Lampiran 14 Gambar Output SmartPLS (Path).....                                       | 157 |
| Lampiran 15 Gambar Output SmartPLS (Bootstrapp/ t-statics).....                      | 158 |
| Lampiran 16 Output SmartPLS (Path).....                                              | 163 |
| Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup.....                                                | 164 |