

**PENGARUH DESAIN GRAFIS VISUAL DAN MEDIA
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PRODUK KOPI JANJI JiWA**

**(Studi Kasus : Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah Transera Kecamatan
Tarumajaya Bekasi)**

SKRIPSI

OLEH:

Triantoro Eko Saputro

202110325024



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Design Grafis Visual Dan
Media Promosi Terhadap Minat Beli
Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa
(Studi Kasus Kedai Kopi Janji Jiwa
Harapan Indah Transera Kecamatan
Tarumajaya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Triantoro Eko Saputro

Nomer Induk Mahasiswa : 202110325024

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

Jakarta, 05 Agustus 2025

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Bungaran Saing, S.Si., APT., M.M
NIDN: 0326027001

Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd
NIDN: 0401107703

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul

: Pengaruh Design Grafis Visual Dan
Media Promosi Terhadap Minat Beli
Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa
(Studi Kasus Kedai Kopi Janji Jiwa
Harapan Indah Transera Kecamatan
Tarumajaya Bekasi)

Nama Mahasiswa

: Triantoro Eko Saputro

Nomer Induk Mahasiswa

: 202110325024

Program Studi / Fakultas

: Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi

: 24 Juli 2025

Jakarta, 05 Agustus 2025

MENYETUJUI

Pembimbing I

Dr. Bungaran Saing, S.Si., APT., M.M
NIDN: 0326027001

Pembimbing II

Dr. Dfan Sudiantini, S.Pd., M.Pd
NIDN: 0401107703



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Design Grafis Visual Dan
Media Promosi Terhadap Minat Beli
Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa
(Studi Kasus Kedai Kopi Janji Jiwa
Harapan Indah Transera Kecamatan
Tarumajaya Bekasi)

Nama Mahasiswa : Triantoro Eko Saputro

Nomer Induk Mahasiswa : 202110325024

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025

Jakarta, 05 Agustus 2025

MENGESAHKAN

Tim

Ketua Penguji : Dr. Supardi., S.T., M.M
NIDN : 031606056

Sekretaris Tim
Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN : 0305027901

Penguji : Dr. Bungaran Saing, S.Si., APT., M.M
NIDN : 0326027001

MENGETAHUI

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis

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

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN: 0318087101

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Design Grafis Visual Dan
Media Promosi Terhadap Minat Beli
Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa
(Studi Kasus Kedai Kopi Janji Jiwa
Harapan Indah Transera Kecamatan
Tarumajaya Bekasi)
Nama Mahasiswa : Triantoro Eko Saputro
Nomer Induk Mahasiswa : 202110325024
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2025
Jakarta, 05 Agustus 2025

MENGESAHKAN

Tim
Ketua Penguji : Dr. Supardi, S.T., M.M
NIDN : 031606056

Sekretaris Tim
Penguji : Agus Dharmanto, S.E., M.M
NIDN : 0305027901

Penguji : Dr. Bungaran Saing, S.Si., APT., M.M
NIDN : 0326027001

MENGETAHUI

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis

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

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Triantoro Eko Saputro

NPM : 202110325024

Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 11 Maret 2003

Alamat : Jl. Uj. Harapan, Kav. Daruttaqwa, RT. 004, RW.
014, Kec. Babelan, Kab. Bekasi, Kel. Bahagia

Dengan ini penulis menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh design Grafis Visual Dan Media Promosi Pada Minat Beli Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus : Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah Transera Kecamatan Tarumajaya Bekasi)”** merupakan suatu penelitian dan pemikiran hasil karya penulis dengan cara mendapatkan materi dari sumber yang ada.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberi 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.

Yang membuat pernyataan

Triantoro Eko Saputro

202110325024

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Triantoro Eko Saputro
NPM : 202110325024
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 11 Maret 2003
Alamat : Jl, Uj. Harapan, Kav. Daruttaqwa, RT. 004, RW.
014, Kec. Babelan, Kab. Bekasi, Kel. Bahagia

Dengan ini penulis menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh design Grafis Visual Dan Media Promosi Pada Minat Beli Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus : Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah Transera Kecamatan Tarumajaya Bekasi)"** merupakan suatu penelitian dan pemikiran hasil karya penulis dengan cara mendapatkan materi dari sumber yang ada.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberi 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.

Yang membuat pernyataan



Triantoro Eko Saputro

202110325024

Abstrak

Triantoro Eko Saputro, 202110325024, Pengaruh Desain Grafis Visual Dan Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa (Studi Kasus : Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah Transera Kecamatan Tarumajaya Bekasi)

Seiring dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi kini design grafis tidak hanya menjadi alat seni digital biasa, namun bisa juga menjadi alat untuk membuat sebuah promosi pada produk perusahaan, ini terbukti dengan banyaknya perusahaan yang membayar atau merekrut seorang designer untuk bekerja sebagai pembuat bahan periklanan untuk produk perusahaan tersebut serta membantu perusahaan agar semakin mudah untuk memasarkan produknya yaitu dengan cara mendesain produknya jadi semakin menarik, dan juga mendesain media socialnya agar menjadi menarik untuk dilihat konsumen serta menimbulkan keinginan minat beli konsumen, sekaligus menjadi sarana bagi perusahaan untuk mempromosikan, mengkomunikasikan, menginformasikan produknya tersebut, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif korelasional deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi baik itu secara langsung dengan cara membeli produk tersebut, maupun wawancara dengan menggunakan kuesioner, dan melakukan uji validitas terhadap produk tersebut dengan menyebarkan kuesioner, yang diharapkan hasilnya bisa signifikan dalam mempengaruhi minat beli konsumen produk janji jiwa, yang dikarenakan ketersediaannya informasi seputar produk janji jiwa, setelah melakukan penelitian maka dapat diambil kesimpulan pada variabel design grafis visual, berpengaruh signifikan terhadap media promosi, dan design grafis visual berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi minat beli konsumen produk kopi janji jiwa, dikarenakan adanya informasi dari produk kopi janji jiwa.

Kata Kunci : Komunikasi, Design Grafis Visual, Media Promosi, Minat Beli Konsumen, Janji Jiwa

Abstract

Triantoro Eko Saputro, 202110325024, *The Influence of Visual Graphic Design and Promotional Media on Consumer Purchase Interest of Janji Jiwa Coffee Products (Case Study: Janji Jiwa Coffee Shop, Harapan Indah Transera, Tarumajaya District, Bekasi)*

Along with the development of the era and technology, graphic design is now not only an ordinary digital art tool, but can also be a tool to create a promotion for a company's products, this is proven by the many companies that pay or recruit a designer to work as a maker of advertising materials for the company's products and help companies to make it easier to market their products, namely by designing their products to be more attractive, and also designing their social media to be attractive to consumers and to arouse consumer interest in buying, as well as being a means for companies to promote, communicate, and inform their products, in this study the author uses a descriptive correlational quantitative method with a data collection method through observation either directly by buying the product, or interviews using questionnaires, and conducting validity tests on the product by distributing questionnaires, which are expected to have significant results in influencing consumer interest in buying Janji Jiwa products, which is due to the availability of information about Janji Jiwa products, after conducting research, it can be concluded that the visual graphic design variable has a significant effect on promotional media, and advertising graphic design has a significant effect on influencing consumer interest in buying Janji Jiwa coffee products, due to information from Janji Jiwa coffee products.

Keywords: *Communication, Graphic Design Visual, Promotional Media, Consumer Buying Interest, Janji Jiwa*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik shalawat serta salam kita tunjukan kepada nabi kita yaitu baginda nabi muhammad saw yang telah membawa umat muslim dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan teknologi seperti saat ini, izinkan saya mempersembahkan skripsi penulis yang berjudul **“Pengaruh design grafis visual dan media promosi pada minat beli konsumen produk kopi janji jiwa (Studi Kasus : Kedai Kopi Janji Jiwa Harapan Indah Transera Kecamatan Tarumajaya Bekasi)”** diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada fakultas ekonomi dan bisnis, universitas bhayangkara jakarta raya pada program studi manajemen, Penulis menyadari bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, karena tidak ada yang namanya kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT yaitu sang pencipta, sehingga penulis pun menyadari bahwa penulis pun masih harus banyak belajar karena belajar adalah sebuah proses yang tiada henti sampai akhir hayat, dan penulis juga berterima kasih kepada orang-orang disekeliling penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, oleh sebab itu dengan kerendahan hati penulis, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kepada Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono. S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Kepada Dr.

Yayan Hendayana, S.E., M.M, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

2. Kepada orang tua penulis yang telah membiayai kuliah penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan terakhir penulis di program studi manajemen ini di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya dan mungkin tidak hanya membiayai kuliah saja, tetapi juga membiayai hidup penulis sehingga dapat tersusunya skripsi ini, dan saya juga berharap skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat ataupun penulis sendiri.
3. Kepada Prof. Dr. Adler Haymans Manurung, SE., S.H., M.E., M.Comm., ChFC., RFC., CLU., ERMCP, CIMBA. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah berperan sebagai dosen pembimbing selama penulis berkuliah di universitas bhayangkara jakarta raya pada program studi manajemen.
4. kepada dosen-dosen yang telah berperan begitu besar untuk mengajarkan banyak ilmu managerial kepada diri penulis pribadi ataupun kepada kami semua selaku mahasiswa di program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya.
5. Kepada dosen pembimbing skripsi I baik itu kepada Dr. Bungaran Saing, S.Si., APT., M.M.
6. Kepada dosen pembimbing skripsi II Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd.
7. kepada para dosen penguji baik itu Ketua Penguji Dr. Supardi., S.T., M.M, Sekretaris Penguji Agus Dharmanto, S.E., M.M.

8. Kepada Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, Selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
9. Lalu kepada teman - teman saya baik itu yang dahulu berada dalam satu organisasi baik itu satuan resimen mahasiswa universitas bhayangkara jakarta raya, ataupun struktural angkatan 2021 yang telah mewarnai hidup penulis walaupun tidak merubah apapun dalam hidup penulis, penulis ucapkan banyak terima kasih untuk kalian semua.
10. serta kepada dosen-dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis maupun kepada seluruh mahasiswa, semoga ilmu yang didapatkan setelah menempuh pendidikan sarjana program studi manajemen difakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya bermanfaat bagi Masyarakat ataupun ditempat teman-teman bekerja nantinya.

Akhir kata penulis berharap, Allah SWT membalas segala kebaikan kepada orang - orang yang berada disekeliling penulis serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang penulis buat ini sebagai tugas akhir dalam menempuh pendidikan strata 1 program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kedepannya bagi para pembaca maupun bagi para pengembangan ilmu pengetahuan, akhir kata sekali lagi penulis ingin menyampaikan mohon maaf apabila didalam proses penulisan tugas akhir ini, masih banyak kesalahan dan kekurangan, karena manusia merupakan makhluk yang kerap kali membuat kesalahan dan makhluk yang mempunyai banyak

kekurangan, karena tidak ada manusia dan makhluk yang sempurna didalam kehidupan dunia ini, akhir kata penulis ucapkan, Salam Sejahtera Untuk Kita Semua. Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh, Shalom, Om Swastiastu, Namo Buddhaya, Salam Kebajikan, Rahayu, terima kasih.



Jakarta, 01 Agustus 2025

Triantoro Eko Saputro
NPM: 202110325024

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan pembimbing	i
Lembar Pengesahan pembimbing	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan masalah	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika penulisan.....	8
BAB II. TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
1. Strategi Pemasaran	11
a. <i>Product</i> (Produk)	11
b. <i>Price</i> (Harga)	12
c. <i>Place</i> (Tempat)	12
d. <i>Promotion</i> (Promosi)	12
e. <i>People</i> (orang)	13
f. <i>Process</i> (Proses)	13
g. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	13
2.1.2 Pengertian Minat Beli.....	14
1. Perhatian	14
2. Ketertarikan	14
3. Keinginan	15

4. Keyakinan.....	15
2.1.3 Teori Information Adaption Model	15
2.1.4 Pengertian Design Grafis Visual	15
1.. Fungsi	18
2.. Konsistensi	18
3.. Kemasan	18
4.. Mudah Diingat.....	18
5.. Otoritas	19
6.. Warna.....	19
7.. Relevansi	19
2.1.5 Pengertian Teori Brand Resounance	20
2.1.1 Pengertian Media Promosi	20
1. Periklanan	21
2. Publisitas.....	21
3. Hubungan Masyarakat.....	22
4. Promosi Penjualan	22
5. Pemasaran Langsung	23
2.1.7 Pengertian Interagtaed Marketing Communication	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Konseptual & Model Konseptual Penelitian	29
1. Kerangka Konseptual	29
2. Model Konseptual Penelitian	30
2.3.1 Hipotesis.....	30
BAB III. METEDOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Metodologi Penelitian	33
3.1.1 Tahap Penelitian	34
1. Tahap Perencanaan	34
2. Tahap Implementasi.....	34
3. Tahap Penulisan	35
3.1.2 Jenis Data	35

1. Data Primer.....	36
2. Data Sekunder	36
3.1.3. Sumber Data	36
3.1.4 Lokasi dan waktu metodologi penelitian	36
3.1.5 Definisi populasi dan sampel.....	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	38
3.1.6 Metode Pengambilan Sampel	39
3.1.7 Identifikasi Variabel, Operational, dan Skala Pengukuran	40
1. Identifikasi variabel penelitian.....	40
2. Definisi operasional variable	42
3. Skala Pengukuran.....	42
3.1.8. Uji Instrumen Penelitian	43
1. Uji Validitas	43
2. Uji Reliabilitas	44
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
4. Uji Asumsi Klasik.....	46
5. Uji Normalitas (Monte Carlo).....	46
6. Uji Multikolinieritas.....	47
7. Uji Heteroskedastisitas.....	47
8. Uji Regresi Linier Berganda	48
3.1.9 Uji Hipotesis	49
5.1 Uji T (Secara Parsial)	49
6.1 Uji F (Secara Simultan)	50
BAB IV. HASIL & PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum.....	51
4.1.1 Profile Perusahaan.....	51
1. Sejarah Singkat Perusahaan Janji Jiwa.....	51
2.. Visi & Misi	52
3.. Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
a. Supply Chain Management.....	54

b. Marketing Communication	54
c. Operational.....	54
d. Finance, Accounting Tax	54
e. Produksi	55
f. Skill Development	55
g. Partner acquisition	55
4.2. Hasil & Pembahasan Penelitian.....	55
4.2.1 Deskripsi Data	55
4.2.2 Kriteria Respondent.....	56
4.2.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	57
1. Hasil Uji Validitas	57
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	62
3. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	64
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
a.. Hasil Uji Normalitas (Monte Carlo).....	65
b. Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
c.. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
d. Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda.....	69
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	71
1. Hasil Uji T (Secara Parsial)	71
2. Hasil Uji F (Secara Simultan).....	72
4.2.5 Pembahasan Hasil.....	73
1. Pengaruh Design Grafis Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa	73
2. Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa	73
3. Pengaruh Design Grafis Advertising, Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kopi Janji Jiwa.....	74
BAB V. RINGKASAN HASIL PENELITIAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76

DAFTAR PUSTAKA	78
DAFTAR LAMPIRAN.....	80
Lampiran 1	80
Lampiran 2	81
Lampiran 3	82
Lampiran 4	88
Lampiran 5	90
Lampiran 6	107



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	i
Tabel 3.1: Tabel operasional variable	ii
Tabel 3.2: skala pengukuran (Skala Likert)	iii
Tabel 3.3: Kriteria Penilaian Tingkat Reliabilitas.....	iv
Tabel 4.1: Kriteria Respondent	v
Tabel 4.2: Karakteristik Respondent Berdasarkan Usia.....	vi
Tabel 4.3: Karakteristik Respondent Berdasarkan Jenis Kelamin	vii
Tabel 4.4: Uji Validitas Correlation SPSS 25	viii
Tabel 4.5: Uji Validitas	ix
Tabel 4.6: Uji Validitas Correlation SPSS 25	x
Tabel 4.7: Uji Validitas.....	xi
Tabel 4.8: Uji Validitas Correlation SPSS 25	xii
Tabel 4.9: Uji Validitas.....	xiii
Tabel 5.0: Uji Reliabilitas Case Processing Summary SPSS 25	xiv
Tabel 5.1: Uji Reliabilitas Reliability Statistics SPSS 25.....	xv
Tabel 5.2: Uji Reliabilitas Item-Total Statistics SPSS 25	xvi
Tabel 5.3: Uji Reliabilitas	xvii
Tabel 5.4: Uji Koefisien Determinasi R^2 Model Summary SPSS 25	xviii
Tabel 5.5: Uji Normalitas one-sample Kolmogorv-Smirnov Test SPSS 25	xix
Tabel 5.6: Uji Multikolinieritas Coefficients SPSS 25.....	xx
Tabel 5.7: Uji glejser Heteroskedatisitas SPSS 25.....	xxi
Tabel 5.8: Model Summary Regresi Linier Berganda SPSS 25.....	xxii
Tabel 5.9: Anova Uji Regresi Linier Berganda SPSS 25	xxiii
Tabel 6.0: Uji Analisis Regresi Linier Berganda Coefficient SPSS 25.....	xxiv
Tabel 6.1: Uji Hipotesis, Uji T (Secara Parsial) SPSS 25	xxv
Tabel 6.2: Uji F (Secara Simultan) SPSS 25.....	xxvi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Jumlah Pengguna E-Commerce per 2023	i
Gambar 1.2: Sektor Pekerjaan Designer Grafis	ii
Gambar 1.3: Restoran dengan jumlah gerai terbanyak di indonesia 2022.....	iii
Gambar 2.1: Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	iv
Gambar 2.2: faktor yang dipengaruhi oleh design grafis.....	v
Gambar 2.3: Kerangka Konseptual.....	vi
Gambar 2.4: Model Konseptual	vii
Gambar 4.1: Logo Prusahaan Janji Jiwa	viii
Gambar 4.2: Outlet Janji Jiwa.....	ix
Gambar 4.3: Struktur Organisasi Perusahaan	x
Gambar 4.4: Data Primer Scatterplot Heteroskedastisitas SPSS 25	xi