

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA COFFEE STYLE PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**LILIS ANGRUM SARI  
061930601550**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
2022**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA COFFEE STYLE PALEMBANG**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**LILIS ANGRUM SARI  
061930601550**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I**

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho., S.E., M.Ec  
NIP 197705212006042001**

**Palembang, 15 Agustus 2022  
Pembimbing II**

**Dra. Yusleli Herawati, M.M  
NIP 196005071988112001**

**Menyetujui,**

**Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB  
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Prodi Jurusan  
Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha., S.E., M.M  
NIP 196106051989032002**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

**Jalan Srijaya Negara Palembang 30139**  
Telepon 0711-353414 Fax. 0711-355918

**Website: [www.polsriwijaya.ac.id](http://www.polsriwijaya.ac.id) Email: [info@polsri.ac.id](mailto:info@polsri.ac.id)**



**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lilis Angrum Sari  
NIM : 061930601550  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian Pada Coffee Style Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022

.....yataan,  


Lilis Angrum Sari  
NPM 061930601550

## LEMBAR PENGESAHAN

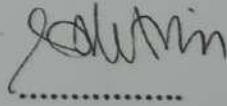
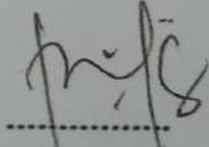
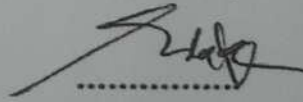
**Nama** : Lilis Angrum Sari  
**NIM** : 061930601550  
**Jurusan/Program Studi** : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
**Mata Kuliah** : Manajemen Pemasaran  
**Judul Laporan Akhir** : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Style Palembang

Telah dipertahakan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis  
dan dinyatakan LULUS

**Pada Hari** :

**Tanggal** : Agustus 2022

### TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama Penguji</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1	Dr. Sari Lestari Z. Ridho, S.E., M.Ec 197705212006042001 Ketua Penguji	 .....	
2	Fetty Maretha, S.E., M.M 198203242008012009 Anggota Penguji	 .....	
3	Munfaridi, S.E., M.Si 196511251994031002 Anggota Penguji	 .....	

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

**Tetaplah berbuat baik meski walaupun tidak dibalas dengan kebaikan.  
karena ganjaran kebaikan itu bukan urusan manusia  
tetapi urusan kita dengan allah**

*Girl. You study, you work, you are responsible, you dress well, you put yourself together every morning, you manage your money, you are educated and respectful, you are loyal, you have vision and plans for the future. who doesn't value that, doesn't deserve you.*

**Dipersembakan untuk:**

- **Kedua Orang Tua dan Saudara/i**
- **Dosen Jurusan Adminisrasi Bisnis**
- **Teman-Teman Kelas 6NF**
- **Coffee Style Palembang**
- **Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Style Palembang”**. Tujuan laporan akhir ini disusun untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada coffee style Palembang yang bergerak pada bidang coffee shop. Pembuatan laporan akhir ini dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Pendidikan Diploma III (DIII) Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini terdiri dari 5 bab, dimana bab pertama berisikan latar belakang pemilihan judul, bab kedua berisi tentang tinjauan pustaka, bab ketiga berisikan tentang gambaran umum perusahaan, bab keempat berisikan hasil dan pembahasan, dan bab kelima berisikan kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari laporan ini terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan dan penyajiannya. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini khususnya Tim Marketing dan seluruh karyawan Coffee Style Palembang serta dosen pembimbing Laporan Akhir di Jurusan Administrasi Bisnis. Semoga laporan ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis di masa yang akan datang.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya serta Nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan kerja Praktek ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis
5. Dr. Sari Lestari Zainal Ridho., S.E., M.E selaku Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini
6. Dra. Yusleli Herawati, M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini
7. Ibu Rini Zakaria, S.E., M.AB., selaku dosen yang selalu memberikan arahan serta saran yang membangun penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini
8. Seluruh Dosen dan Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis
9. Bapak Fransiskus selaku Pemilik Coffee Style Palembang yang memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian Laporan Akhir ini
10. Bapak Teddy Kasenda selaku Marketing OP Coffee Style Palembang yang membantu dan mengarahkan penulis selama menyelesaikan penelitian Laporan Akhir ini.

11. Ibu Agnes Monica selaku Bagian Keuangan Coffee Style Palembang dan seluruh karyawan dan staff yang membantu dan mengarahkan penulis selama melakukan penelitian Laporan Akhir ini.
12. Orang tua, saudara/I dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk penulis.
13. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Khususnya teman-teman seperjuangan kelas 6NF angkatan 2019 Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada penulis
14. Sahabat serta teman-teman seperjuangan penulis yang telah membantu dan mendukung yaitu Raissa Maharani, Anita Dwi Retno Asih, Tsamarah Diska, Dea Meisya Alpasela, Frieska Tri Wulandari dan Farokha Alfina Utami
15. Sahabat tercinta saya Yossi Pratama, Rio Fajariandy Elparizi, M. Abiel Faturahman dan Robbi Wahyu yang telah memberikan semangat, dorongan dan motivasi kepada penulis selama proses menyelesaikan Laporan Akhir.
16. Sahabat dan penyemangat saya seluruh anggota boyband BTS yang selalu memberikan semangat melalui lagu dan konten mereka
17. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan jerih payah dari semua pihak akan dibalas dan mendapat berkah dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Palembang, Juli 2022

Lilis Angrum Sari



## ABSTRAK

### PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE STYLE PALEMBANG

Oleh:

Lilis Angrum Sari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada *Coffee Style* Palembang. Penilaian pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian didasarkan pada 3 variabel yaitu media sosial, *public relation*, dan informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan riset kepustakaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu metode purposive sampling dengan jumlah sampel yang dihitung dengan rumus slovin sebanyak 100 responden. Teknik analisis data penelitian menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda yang diolah dengan aplikasi SPSS *versi 25 for windows*. Berdasarkan hasil uji t dimensi media sosial, *public relation* dan informasi dari mulut ke mulut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F secara simultan dimensi independen bauran promosi berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Berdasarkan persamaan linier berganda menyatakan bahwa informasi dari mulut ke mulut memberikan pengaruh dominan dengan koefisien regresi sebesar 0,865 satuan sedangkan dimensi media sosial dengan koefisien regresi sebesar 0,306 satuan dan dimensi *public relation* dengan koefisien regresi berganda sebesar 0,405 satuan terhadap keputusan pembelian. Penulis menyarankan perusahaan sebaiknya mempertahankan promosi melalui informasi dari mulut ke mulut karena telah berhasil menyampaikan promosi yang baik dan berdampak positif serta lebih meningkatkan promosi pada dimensi media sosial dan *public relation* agar konsumen lebih mengenal dan tertarik untuk membeli sehingga merasa puas dan melakukan pembelian ulang.

**Kata Kunci:** *Bauran promosi, keputusan pembelian, Coffee Style Palembang.*

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF PROMOTIONAL MIX ON PURCHASE DECISION ON COFFEE STYLE PALEMBANG**

By:

Lilis Angrum Sari

*This study aims to determine the effect of the promotion mix on purchasing decisions at Coffee Style Palembang. Assessment of the influence of the promotion mix on purchasing decisions is based on 3 variables, namely social media, public relations, and word of mouth. Data collection methods used are interviews, questionnaires, and library research. The sampling technique used was a non-probability sampling technique, namely the purposive sampling method with the number of samples calculated by the slovin formula as many as 100 respondents. The research data analysis technique uses Multiple Linear Regression Analysis which is processed with the SPSS version 25 application for windows. Based on the results of the t-test of the dimensions of social media, public relations and word of mouth information has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the F test simultaneously independent dimensions of the promotion mix affect the dependent variable purchasing decisions. Based on multiple linear equations, it is stated that word of mouth has a dominant influence with a regression coefficient of 0.865 units, while the social media dimension with a regression coefficient of 0.306 units and the public relations dimension with a multiple regression coefficient of 0.405 units on purchasing decisions. The author suggests that companies should maintain promotions through word of mouth because they have succeeded in delivering good promotions and have a positive impact and further increase promotions on the dimensions of social media and public relations so that consumers are more familiar and interested in buying so they feel satisfied and make repeat purchases.*

**KEY WORD:** *Promotional mix, purchasing decisions, Coffee Style Palembang.*

## DAFTAR ISI

Halaman

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusah Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Ruang Lingkup.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Tujuan dan Manfaat Peneltian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Metedologi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.5 Variabel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5.6 Uji Instrumen.....	<b>12</b>
1.5.7 Teknik Pengolahan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Promosi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- 2.2.1 Tujuan Promosi .....**Error! Bookmark not defined.**
- 2.2.2 Bauran Promosi.....**Error! Bookmark not defined.**
- 2.3 Pengertian Pemasaran *Online* dan Media Sosial (*online and social media marketing*).....**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.1 Jenis-jenis pemasaran online dan media sosial (*online and social media marketing*) .....**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.2 Karakteristik pemasaran online dan media sosial (*online and social media marketing*).....**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.3.3 Indikator pemasaran online dan media sosial ((*online and social media marketing*) .....**Error! Bookmark not defined.**
- 2.4 Pengertian Public Relation (Hubungan Masyarakat) ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.4.1 Jenis-jenis *Public Relation* (Hubungan Masyarakat).....**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.4.2 Indikator – indikator Public Relation (Hubungan Masyarakat) **Error! Bookmark not defined.**
- 2.5 Pengertian Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 2.5.1 Jenis-jenis Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.5.2 Indikator Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)..**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.5.3 Faktor-faktor Motivasi yang Mempengaruhi Terjadinya Berita dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*).....**Error! Bookmark not defined.**
- 2.6 Pengertian Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**
  - 2.6.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian .**Error! Bookmark not defined.**
- 2.7 Hubungan Bauran Promosi dengan Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..Error! Bookmark not defined.**

- 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....**Error! Bookmark not defined.**
- 3.2 Visi dan Misi Persahaan.....**Error! Bookmark not defined.**
- 3.3 Logo Perusahaan .....**Error! Bookmark not defined.**

3.4	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Struktur Organisasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Pembagian Tugas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Jenis Produk dan Harga Pada <i>Coffee Style</i> Palembang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Promosi yang digunakan <i>Coffee Style</i> Palembang ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Profil Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8	Rekapitulasi Jawaban Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Hasil .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Hasil Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Uji Parsial (Uji t).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4	Uji Simultan (uji F) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.5	Uji Koefisien Determinasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.6	Regresi Linier Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Pengaruh bauran promosi media sosial (X1) terhadap keputusan pembelian pada <i>Coffee Style</i> Palembang. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Pengaruh bauran promosi <i>public relation</i> (X3) terhadap keputusan pembelian pada <i>Coffee Style</i> Palembang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Pengaruh bauran promosi variabel informasi dari mulut ke mulut ( <i>word of mouth</i> ) (X3) terhadap keputusan pembelian pada <i>Coffee Style</i> Palembang.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4	Variabel yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian pada <i>Coffee Style</i> Palembang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran.....**Error! Bookmark not defined.**

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1.1 Kerangka Pikir .....	4
Gambar 3.1 Logo <i>Coffee Style</i> Palembang .....	42
Gambar 3.2 Struktur Organisasi <i>Coffee Style</i> Palembang.....	43
Gambar 3.3 Promosi Melalui Media Sosial .....	48
Gambar 3.4 Promosi Melalui <i>Public Relation</i> .....	49
Gambar 3.5 Promosi Melalui Informasi Dari Mulut Ke Mulut .....	50

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penjualan <i>Coffee Style</i> Palembang Tahun 2019-2021 .....	4
Tabel 1.2 Definisi Variabel Penelitian .....	11
Tabel 1.3 Interval Koefisien Korelasi .....	16
Tabel 1.4 Skala Pengukuran Data .....	17
Tabel 1.5 Variabel Operansional .....	18
Tabel 3.1 Produk dan Harga pada <i>Coffee Style</i> Palembang .....	45
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	51
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 3.5 Skor Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Media sosial (X1) Variabel Bauran Promosi .....	53
Tabel 3.6 Skor Jawaban Responden Mengenai Pernyataan <i>Public Relation</i> (X2) Variabel Bauran Promosi .....	54
Tabel 3.7 Skor Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth) (X3) Variabel Bauran Promosi .....	55
Tabel 3.8 Skor Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Informasi dari mulut ke mulut (word of mouth) (X3) Variabel Bauran Promosi .....	56
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1).....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji validitas Variabel <i>Public Relation</i> (X2).....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji validitas Variabel Informasi dari Mulut ke Mulut (word of mouth) (X2).....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).....	63
Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial T .....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	68



Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	70
Tabel 4.10 Hasil Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda .....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Dari Perusahaan
4. Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
5. Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
7. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
8. Lembar Persetujuan Proposal Akhir
9. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
10. Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
11. Daftar Wawancara
12. Daftar Pernyataan Jawaban Kuesioner
13. Lembar hasil SPSS
14. Dokumentasi
15. Lembar Revisi