

**PENGARUH DISKON *ONLINE* DAN *FEAR OF MISSING OUT*
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA
GENERASI Z DI KALIMANTAN SELATAN**

SKRIPSI

OLEH

NAWAL AINUN NAJMI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN

TAHUN 2026 M/ 1448 H

**PENGARUH DISKON *ONLINE* DAN *FEAR OF MISSING OUT*
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA
GENERASI Z DI KALIMANTAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah

Oleh

NAWAL AINUN NAJMI

220105010125

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN**

2026/1448 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nawal Ainun Najmi
NIM : 220105010125
Tempat/Tanggal Lahir : Kotawaringin Timur, 22 Oktober 2003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Diskon Online dan *Fear Of Missing Out* Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Pada Generasi Z di Kalimantan Selatan**" adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,




Nawal Ainun Najmi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail:
febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 386/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama	: Nawal Ainun Najmi
NIM	: 220105010125
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Diskon Online dan Fear of Missing Out terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Kalimantan Selatan

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 19%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 17 Juni 2026
Ketua Jurusan



Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Diskon Online dan *Fear Of Missing Out* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Z di Kalimantan Selatan

Ditulis Oleh : Nawal Ainun Najmi

NIM : 220105010125

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

Tempat dan Tanggal Lahir : Kotawaringin Timur, 22 Oktober 2003

Alamat : Jl. Kopi Selatan, Gg. Salak Komp. Perum BMT Blok II No.45

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 08 Juni 2026

Menyetujui,

Pembimbing I



Anshrunah S.Ag. M.Fil.I
NIP. 197506092000031003

Pembimbing II



Faqih El Wafa, S.HI., M.S.I
NIP. 199005232018011002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Muhammad Qamaruddin, SEI., ME.
NIP. 198903132019031012

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Diskon *Online* dan *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Kalimantan Selatan”, ditulis oleh Nawal Ainun Najmi, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Senin
Tanggal : 6 Juli 2026
Dinyatakan LULUS dengan predikat : A (83,65), Bobot (3,75)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin



Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si, M.Fin
NIP. 197710312002121002

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	
1	Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, M.H.I.	1.	
2	Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I.		2.
3	Faqih El Wafa, S.H.I., M.S.I.	3.	
4	Kamila Windyani Putri, M.Ak		4.

ABSTRAK

Nawal Ainun Najmi. NIM.220105010125. Judul Skripsi: Pengaruh Diskon *Online* Dan *Fear of Missing Out* Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Z Di Kalimantan Selatan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Anshrullah, S.Ag., M.Fil.I dan Faqih El Wafa, S.HI., M.S.I. Pada Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Tahun lulus 2026.

Kata Kunci: Diskon *Online*, FOMO, Pembelian Impulsif, Generasi Z, Kalimantan Selatan.

Perkembangan ekosistem digital di Indonesia mendorong meningkatnya aktivitas belanja *online*, khususnya di kalangan Generasi Z yang dikenal sebagai digital natives. Generasi Z sangat rentan terhadap berbagai stimulus pemasaran digital, termasuk diskon *online* dan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang terbukti mampu memicu perilaku pembelian impulsif. Meskipun kajian serupa telah banyak dilakukan di wilayah Jawa dan Sumatera, penelitian yang secara khusus mengkaji konteks Kalimantan Selatan masih sangat terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon *online* dan FOMO terhadap perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z di Kalimantan Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif asosiatif dengan metode survei kuesioner terhadap 100 responden yang tersebar di 13 kabupaten/kota se-Kalimantan Selatan menggunakan teknik *purposive sampling* dan *proportional random sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon *online* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku pembelian impulsif (t hitung 4,419 > t tabel 1,9847; sig. 0,000). FOMO juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (t hitung 10,882 > t tabel 1,9847; sig. 0,000). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif (F hitung 85,815 > F tabel 3,0902; sig. 0,000) dengan nilai R^2 sebesar 63,9%.

ABSTRACT

Nawal Ainun Najmi. NIM.220105010125. Thesis Title: The Influence of *Online Discounts* and *Fear of Missing Out* on *Impulsive buying* Behavior among Generation Z in South Kalimantan. Thesis, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business. Advisors: Anshrullah, S.Ag., M.Fil.I and Faqih El Wafa, S.HI., M.S.I. Study Program at the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Antasari Banjarmasin. Graduation Year 2026.

Keywords: *Online Discount*, FOMO, *Impulsive buying*, Generation Z, South Kalimantan

The development of Indonesia's digital ecosystem has driven the growth of *online shopping* activities, particularly among Generation Z, who are known as digital natives. Generation Z is highly susceptible to various digital *marketing* stimuli, including *online discounts* and the *Fear of Missing Out* (FOMO) phenomenon, both of which have been proven to trigger *impulsive buying* behavior. Although similar studies have been widely conducted in Java and Sumatra, research specifically examining the context of South Kalimantan remains very limited.

This study aims to analyze the influence of *online discounts* and FOMO on *impulsive buying* behavior among Generation Z in South Kalimantan, both partially and simultaneously. The study employs a quantitative descriptive associative approach using a questionnaire survey of 100 respondents spread across 13 regencies/cities in South Kalimantan, selected through purposive sampling combined with proportional random sampling. Data were analyzed using multiple linear regression via SPSS.

The results show that *online discounts* have a positive and significant partial effect on *impulsive buying* behavior (t-count 4.419 > t-table 1.9847; sig. 0.000). FOMO also has a positive and significant partial effect (t-count 10.882 > t-table 1.9847; sig. 0.000). Simultaneously, both variables significantly influence *impulsive buying* behavior (F-count 85.815 > F-table 3.0902; sig. 0.000) with an R^2 value of 63.9%.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Rad/13:11)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya.”

(QS. Al-Baqarah/2:286)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin..

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tiada halaman yang paling bermakna dalam karya ini selain lembar persembahan.

Dengan penuh keikhlasan, segenap kasih sayang dan diiringi do'a yang tulus, karya ini penulis dedikasikan kepada sosok yang paling berharga dalam kehidupan, yaitu

Ayahanda tercinta Ahmad Syarif dan Ibunda tercinta Fatimah, yang tak pernah bosan memberikan semangat, do'a, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan hingga aku kuat menjalani setiap rintangan dan cobaan hingga saat ini, serta ucapan terima kasih kepada ayahanda dan ibunda atas kepercayaan mengizinkanku menempuh pendidikan jauh dari rumah.

Kaka tersayang, Norliyanti, S.E. yang selalu hadir dalam suka maupun duka, terima kasih atas dukungan dan semangat yang tak pernah putus. Setiap motivasi yang diberikan menjadi penguat langkahku dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.

Rasa hormat dan terimakasih tiada tara untuk guru-guru SDN 10 MB. Hulu, MTsN 1 KOTIM, MAN KOTIM serta dosen-dosen UIN Antasari Banjarmasin. Terimakasih atas bimbingan dan arahan selama ini dan semoga Allah SWT selalu melindungi di dunia dan di akhirat, semoga ilmu yang telah diajarkan dapat menuntunku menjadi manusia yang berharga dan lebih berguna lagi baik di dunia dan bernilai di akhirat.

Kepada teman-teman di UIN Antasari banjarmasin dan juga teman-teman UKM KSPM Antasari, dan juga kepada seseorang yang selalu mendampingi di setiap proses mengerjakan skripsi ini, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, do'a, serta semangat yang selalu diberikan. Semoga Allah SWT selalu melindungi kalian dimana pun berada dan sukses selalu.

PEDOMAN LITERASI BAHASA ARAB

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Za	Z	zet (dengan titik diatas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z̤	zet (dengan titik dibawah)
ع	Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We

هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	Ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>Al-qudūs</i>

III. Ta’*marbutah* di akhir kata

a) Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>Jāmi’ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya)

b) Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

المكتبة الجيلة	Ditulis	<i>Al-maktabah al-jamilah</i>
----------------	---------	-------------------------------

IV. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ُ	Dammah	Ditulis	u
شُكْرَ	Fathah	Ditulis	Syakara
قُرْا	Kasrah	Ditulis	Quri'a
يَنْطِقُ	Dammah	Ditulis	yantiqu

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif كَامِلَةً	Ditulis	ā kāmīlah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	ā

	صلى		ṣallā
3.	Kasrah + ya' mati شديد	Ditulis	ī syadīd
4.	Dammah + wawu mati صدور	Ditulis	ū ṣudūr

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati رويد	Ditulis	ai ruwaidun
2.	Fathah + wawu mati وَقَرَعُونَ ذِي الْاَوْتَادِ	Ditulis	au wa fir'auna ḏi al- autād

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

اَنْتُمْ اَسْیَدُّوْا خَلْقًا	Ditulis	<i>a‘antum asyaddu khalqan</i>
-------------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif + lam

a) Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur‘ān</i>
الْكِتَابُ	Ditulis	<i>al-kitāb</i>

b) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan diidgamkan

الصُّبْحُ	Ditulis	<i>aş- şubḥu</i>
السَّاهِرَةُ	Ditulis	<i>as-Sāhirah</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بِرُّوَالِدَيْنِ	Ditulis	<i>Birru al-wālidaini</i>
إِذَا الشَّمْسُ	Ditulis	<i>Iẓa asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt karena atas berkat rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad saw. keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Diskon *Online* dan *Fear of Missing Out* terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Kalimantan Selatan”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Ibu Prof. Dr. Hj. Nida Mufidah, M. Pd.
2. Bapak Dr. H. Zaki Mubarak, M.Si., M.Fin, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Muhammad Qamaruddin, S.Ei., M.E. Ketua program studi Ekonomi Syariah dan Bapak Muhammad Syafi'i, M. Ag. selaku

Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

4. Bapak Ansharullah, S.Ag., M.Fil.I dan Bapak Faqih El Wafa, S.HI.,
M.SI, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan koreksi
dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu yang
bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

Semoga Allah swt membalas segala bentuk kebaikan untuk kita semua.
Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah swt. semoga karya tulis
ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan
Aamiin Ya Rabbal ‘Alamin

Banjarmasin, 18 Juni 2026

Penulis

Nawal Ainun Najmi

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
PENETAPAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN LITERASI BAHASA ARAB.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xvi
DAFTAR ISI	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Signifikansi Penelitian	8
BAB II DISKON <i>ONLINE</i>, <i>FEAR OF MISSING OUT</i>, PEMBELIAN IMPULSIF	11
A. Kajian Teori.....	11
1. Teori Perilaku pembelian Impulsif.....	11
2. Teori Diskon <i>Online</i>	17
3. Teori <i>Fear of missing out</i>	22
4. Generasi Z	28
B. Kajian Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	39
D. Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Teknis Pengambilan Sampel	43
E. Data dan Sumber data	47
F. Variabel dan Indikator	50
G. Teknik Pengumpulan Data	52
H. Teknik Analisa Data.....	53
I. Tahapan Penelitian.....	59
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 61
A. Hasil	61
B. Pembahasan	93
 BAB V PENUTUP	 107
A. Simpulan	107
B. Saran.....	108
 DAFTAR PUSTAKA.....	 111

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 jumlah penduduk Generasi Z usia 14–29 tahun per kabupaten/kota di Kalimantan Selatan	42
Tabel 3. 2 penghitungan alokasi sampel untuk setiap kabupaten/kota	46
Tabel 3. 3 Skala Likert	50
Tabel 3. 4 Indikator Variabel.....	51
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	62
Tabel 4. 2 Usia Responden	63
Tabel 4. 3 Pekerjaan/Status Responden.....	63
Tabel 4. 4 Domisili Responden.....	64
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner X1.1.....	65
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner X1.2.....	65
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner X1.3.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner X1.4.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Kuesioner X1.5.....	67
Tabel 4. 10 Hasil Kuesioner X1.6.....	68
Tabel 4. 11 Hasil Kuesioner X2.1.....	69
Tabel 4. 12 Hasil Kuesioner X2.2.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Kuesioner X2.3.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Kuesioner X2.4.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Kuesioner X2.5.....	72
Tabel 4. 16 Hasil Kuesioner X2.6.....	73
Tabel 4. 17 Hasil Kuesioner X2.7.....	73
Tabel 4. 18 Hasil Kuesioner X2.8.....	74
Tabel 4. 19 Hasil Kuesioner X2.9.....	74
Tabel 4. 20 Hasil Kuesioner X2.10.....	75
Tabel 4. 21 Hasil Kuesioner Y.1.....	76
Tabel 4. 22 Hasil Kuesioner Y.2.....	77
Tabel 4. 23 Hasil Kuesioner Y.3.....	77
Tabel 4. 24 Hasil Kuesioner Y.4.....	78
Tabel 4. 25 Hasil Kuesioner Y.5.....	78
Tabel 4. 26 Hasil Kuesioner Y.6.....	80
Tabel 4. 27 Hasil Kuesioner Y.7.....	81
Tabel 4. 28 Hasil Kuesioner Y.8.....	81
Tabel 4. 29 Hasil Kuesioner Y.9.....	82
Tabel 4. 30 Hasil Kuesioner Y.10.....	83
Tabel 4. 31 Hasil Kuesioner Y.11.....	83
Tabel 4. 32 Hasil Kuesioner Y.12.....	83
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas	84
Tabel 4. 34 Hasil Uji Reliabilitas	86
Tabel 4. 35 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	87
Tabel 4. 36 Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4. 37 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	91
Tabel 4. 38 Hasil Uji T	93

Tabel 4. 39 Hasil Uji F	94
Tabel 4. 40 Hasil Uji Koefisien.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot.....	90