

**ANALISIS *MARKETING MIX* DAN *PERSONAL BRANDING* TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN DI WARUNG S.E.RBA NYAMAN
BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
NIA RAHMAWATI**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2026 M/ 1447 H

**ANALISIS *MARKETING MIX* DAN *PERSONAL BRANDING* TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN DI WARUNG S.E.RBA NYAMAN
BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh:

Nia Rahmawati

220105010234

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
KOTA BANJARMASIN
TAHUN 2026 M**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nia Rahmawati
NIM : 220105010234
Tempat/Tgl Lahir : Banjarmasin, 11 November 2004
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 05 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Nia Rahmawati



**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 - 419/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	: Nia Rahmawati
NIM	: 220105010234
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Marketing Mix dan Personal Branding Terhadap Perilaku Konsumen di Warung S.E.RBA Nyaman Banjarmasin

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 21%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 19 Juni 2026
Ketua Jurusan



Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Analisis *Marketing Mix* dan *Personal Branding* terhadap Perilaku Konsumen di Warung S.E.Rba Nyaman Banjarmasin

Ditulis Oleh : Nia Rahmawati

NIM : 220105010234

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2025/2026

Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 11 November 2004

Alamat : Jl. Sungai Andai RT 04 RW 01 NO.90

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, 10 Juni 2026

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



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



M. Yulian Ma'mun, L.C., M.M
NIP. 198601162011011012

Mengetahui,

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



Muhammad Oamaruddin, S.E.I., M.E.
198903132019031012

SURAT PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "*Analisis Marketing Mix dan Personal Branding terhadap Perilaku Konsumen di Warung S.E.RBA NYAMAN BANJARMASIN*", ditulis oleh Nia Rahmawati, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 01 Juli 2026

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (85,85). Bobot 3,75.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Antasari
Banjarmasin



Tim Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Zaki Mubarak, M.Si.	1.
2.	Dr. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I.	2.
3.	Hj. Rohana Faridah, S.E., M.M.	3.
4.	M. Yulian Ma'mun, Lc., M.M.	4.

MOTTO

“Jika bukan karena Allah yang mampukan, Aku mungkin sudah lama menyerah”

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang – gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan”

Terlambat lulus atau lulus tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Karena mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya mereka lulus dan percayalahnya alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik. Tidak ada yang terlalu cepat ataupun terlambat, semua berjalan sesuai dengan ketentuan waktu takdir yang tepat.

ABSTRAK

Nia Rahmawati, 220105010234, *Analisis Marketing Mix dan Personal Branding terhadap Perilaku Konsumen di Warung S.E.Rba Nyaman Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin dan M. Yulian Ma'mun, L.c., M.M

Kata Kunci : *Marketing Mix, Personal Branding*, Perilaku Konsumen, Warung S.E.RBA Nyaman Banjarmasin.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi pemasaran dan *Personal Branding* dalam memengaruhi perilaku konsumen pada usaha kuliner. Di tengah persaingan UMKM yang semakin kompetitif, pelaku usaha tidak hanya dituntut menyediakan produk sesuai kebutuhan konsumen, tetapi juga perlu membangun citra usaha, kepercayaan, dan kedekatan dengan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Marketing Mix* yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi, serta *Personal Branding* terhadap perilaku konsumen di Warung S.E.RBA Nyaman Banjarmasin, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Sampel berjumlah 96 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk, harga, dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, sedangkan promosi berpengaruh signifikan. *Personal Branding* juga berpengaruh signifikan dan menjadi variabel paling dominan. Secara simultan, *Marketing Mix* dan *Personal Branding* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dengan nilai $F_{hitung} 192,700 > F_{tabel} 3,09$, signifikansi $0,000 < 0,05$, dan R Square 0,806 atau 80,6%.

ABSTRACT

Nia Rahmawati, 220105010234, *The Analysis of Marketing Mix and Personal Branding on Consumer Behavior at Warung S.E.RBA Nyaman Banjarmasin*. Undergraduate Thesis, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Advisors: Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin. and M. Yulian Ma'mun, Lc., M.M.

Keywords: *Marketing Mix, Personal Branding, Consumer Behavior, Warung S.E.RBA Nyaman Banjarmasin.*

This research is motivated by the importance of marketing strategies and *Personal Branding* in influencing consumer behavior in culinary businesses. Amid increasingly competitive MSME competition, business owners are required not only to provide products that meet consumer needs, but also to build a business image, trust, and close relationships with customers.

This study aims to analyze the influence of the *Marketing Mix*, consisting of product, price, place, and promotion, as well as *Personal Branding* on consumer behavior at Warung S.E.RBA Nyaman Banjarmasin, both partially and simultaneously. This research used a quantitative method with a field research approach. The sample consisted of 96 respondents selected using accidental sampling. Data were collected through questionnaires and documentation, then analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination with SPSS 26.

The results show that partially, product, price, and place have no significant effect on consumer behavior, while promotion has a significant effect. *Personal Branding* also has a significant effect and is the most dominant variable. Simultaneously, *Marketing Mix* and *Personal Branding* significantly affect consumer behavior, with $F_{count} 192.700 > F_{table} 3.09$, significance $0.000 < 0.05$, and R Square 0.806 or 80.6%.

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah dengan penuh rasa syukur dan limpahan terima kasih kepada Allah SWT. yang senantiasa menganugrahkan petunjuk dan kemudahan sehingga penulisan skripsi ini dapat di selesaikan. Skripsi ini merupakan persembahan sederhana dari penulis kepada kedua orang tua ku tercinta. Dengan menyebut nama Allah, di sertai rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan hasil penelitian ini kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, cinta pertama dan pintu surga penulis, penopang terbaik dan teladan hidup penulis. Ayahanda tercinta Hendrik dan Ibunda tercinta Maslian. Penulis persembahkan setiap langkah perjuangan ini. Terimakasih atas pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun Ayah dan Ibu tidak pernah merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendokan, mengusahakan, memberikan dukungan, baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan pencapaian kecil ini membuat ayah dan ibu lebih bangga karena telah berhasil menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan Penulis semoga ayah dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan Penulis raih dimasa yang akan datang.
2. Kedua saudara tercinta, Syifa Aulia Rahmi dan Muhammad Akhtar Al Zaidan. Terima kasih telah menjadi bagian dari kekuatan penulis dalam diam. Kalian mungkin tidak menyadari betapa besar arti kehadiran, senyuman, dan perhatian kecil kalian dalam menghapus rasa lelah di tengah perjuangan penulis. Kalian adalah alasan lain yang membuat penulis ingin terus melangkah maju dan berjuang, agar dapat menjadi teladan bagi kalian. Semoga langkah ini menjadi awal untuk kalian bermimpi lebih tinggi dan meyakini bahwa kalian juga mampu meraihnya.

3. Seluruh keluarga tercinta, kakek dan nenek yang selalu memberi doa dan menyayangi penulis dengan tulus.
4. Kepada sahabat terbaik, Rania Noor Sandaga, Alfi Winata, Muhammad Aulia, Fara Nur Febrianty, Ridhani Maulidi serta Teman-teman yang ada di grup Healing, perjumpaan kita di bangku perkuliahan adalah anugerah yang tak pernah penulis duga. Kalian bukan sekadar teman, melainkan sahabat yang selalu hadir di setiap fase perjalanan hidup penulis. Terima kasih untuk setiap tawa yang menguatkan, cerita yang menemani, dan kebersamaan yang membuat segala lelah terasa lebih ringan. Kehadiran kalian bukan hanya mengisi hari-hari selama perkuliahan, tetapi juga meninggalkan jejak hangat yang akan selalu penulis ingat. Semoga persahabatan ini tetap terjaga, melampaui jarak, waktu, dan kesibukan yang akan datang.
5. Teman-teman KKN Internasional Thailand terima kasih telah memberikan pengalaman berharga selama masa pengabdian kepada masyarakat. Kebersamaan, kerja sama, serta berbagai pembelajaran yang diperoleh selama kegiatan KKN menjadi kenangan dan pengalaman berharga yang turut membentuk pemahaman dan kedewasaan penulis.
6. Terakhir, ku persembahkan kepada sosok gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang perempuan sederhana dengan hati kecil tetapi dengan impian besar. Terimakasih kepada Peneliti Skripsi ini, Nia Rahmawati. Tidak mudah menjadi kamu. Tapi hari ini, izinkan aku mengucapkan terimakasih untuk semua luka yang tak kau tunjukkan, untuk semua do'a yang kau panjatkan dalam diam, untuk semua malam yang kau lewati dengan dada sesak namun tetap memilih esok. Aku bangga padamu, bukan karena kau sempurna, tapi karena kamu mampu bertahan disaat semua alasan untuk menyerah begitu banyak. Teruslah berjalan meski perlahan, asal tidak berhenti.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program S1 Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang berjudul *Analisis Marketing Mix dan Personal Branding* terhadap Perilaku Konsumen di Warung S.E.Rba Nyaman Banjarmasin.

Penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya bantuan dan dorongan yang tak terhingga dari berbagai pihak, baik dari segi material maupun spiritual. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Nida Mufidah, M.Pd selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin
2. Bapak Dr. H. Zaki Mubarak, M.Si., M.Fin selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin beserta jajarannya.
3. Muhammad Qamaruddin, S.E.I., M.E. selaku Ketua dan Muhammad Syafi'i M.Ag selaku Sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
4. Bapak Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si., M.Fin dan Bapak M. Yulian Ma'mun, L.c., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan serta meluangkan waktu untuk penulis dalam menjalani masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di UIN Antasari Banjarmasin.
6. Kedua orang tua saya yang tercinta, terimakasih atas doa, usaha dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya untuk membantu perkuliahan secara finansial dan mendukung pengerjaan karya tulis ini.

Semoga Allah SWT membalas semua bentuk kebaikan seluruh pihak terkait dengan balasan yang berlipat ganda. Walaupun penulis sudah berupaya semaksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini, akan tetapi penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran dari penguji, pembaca dan seluruh pihak berkepentingan lainnya. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Banjarmasin, 3 Juni 2026

Penulis,

Nia Rahmawati

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	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	ta'	T	te
ث	šā`	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
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
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّرٌ	ditulis	<i>mutakabbir</i>
رَبَّنَا	ditulis	<i>Rabbanā</i>

III. Ta' *marbutah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

هِبَةٌ	ditulis	<i>hibah</i>
مَكْتَبَةٌ	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmatul-auliyā‘</i>
----------------	---------	--------------------------

IV. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>ā</i> <i>sallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>ī</i> <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	<i>ū</i> <i>sudūr</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir’auna zil-autad</i>

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

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan di *idgamkan*

الصبح	ditulis	<i>as-subhu</i>
الساورة	ditulis	<i>as-sahirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-walidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL DALAM	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PENETAPAN BEBAS PLAGIASI	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	xiv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Signifikansi Penelitian	8
BAB II TEORI <i>MARKETING MIX, PERSONAL BRANDING, PERILAKU KONSUMEN</i>	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Kajian Penelitian Terdahulu	22

C. Kerangka Pikir	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
E. Data dan Sumber Data	33
F. Variabel dan Indikator	35
G. Teknik Pengumpulan Data	37
H. Teknik Analisis Data	38
I. Tahapan Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil	47
B. Pembahasan.....	73
BAB V Penutup	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Variabel	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolerasi Variabel Y	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Kolerasi Variabel X1	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Kolerasi Variabel X2	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Linier Berganda	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji T)	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Simulthan (Uji F)	72
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	26
--------------------------------	----