

## ABSTRAK

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang paling dikenal sekaligus paling umum digunakan dalam upaya mengarahkan komunikasi persuasive pada konsumen. Akhir-akhir ini berkembang tren pemakaian *celebrity endorsers* dalam dunia periklanan. Salah satunya adalah produk shampoo yang memakai *celebrity endorsers* sebagai salah satu strategi bersaing.

Clear merupakan salah satu produk shampoo yang menggunakan *celebrity endorsers* untuk mengiklankan produknya. Clear menggunakan Nicolas Saputra dan Sandra Dewi sebagai *celebrity endorsers*-nya untuk menarik minat beli konsumen. Melihat fenomena persaingan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh *celebrity endorsers* terhadap minat beli konsumen shampoo Clear pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey. Data yang ada dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 11.5. Pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada konsumen shampoo Clear di Universitas Kristen Maranatha.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa secara keseluruhan *celebrity endorsers* yang digunakan Clear mendapat tanggapan positif dari responden. Tetapi pengaruh Nicolas Saputra sebagai *celebrity endorsers* shampoo Clear terhadap minat beli konsumen lebih besar daripada pengaruh Sandra Dewi. Dengan kata lain, konsumen lebih menyukai Nicolas Saputra sebagai *endorsers* Clear dibandingkan dengan Sandra Dewi.

Jadi sebaiknya pertahankan Nicolas Saputra sebagai *endorsers* Clear karena melalui penampilan Nicolas Saputra, konsumen tertarik untuk mengkonsumsi shampoo Clear. Hasil penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, misalnya penelitian ini hanya dilakukan di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

Kata-kata kunci : *celebrity endorsers*, minat beli.

## DAFTAR ISI

|                                                             |      |
|-------------------------------------------------------------|------|
| Abstrak.....                                                | i    |
| Kata Pengantar.....                                         | ii   |
| Daftar Isi.....                                             | iv   |
| Daftar Gambar.....                                          | xiii |
| Daftar Tabel.....                                           | xiv  |
| Bab I Pendahuluan                                           |      |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                             | 1    |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                               | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelian.....                                    | 5    |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                                | 5    |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                              | 6    |
| BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Pengembangan |      |
| Hipotesis.....                                              | 8    |
| 2.1 Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....            | 8    |
| 2.1.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....                | 9    |
| 2.1.2 Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ).....   | 10   |
| 2.1.3 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ).....     | 11   |
| 2.1.4 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ).....   | 12   |

|                                         |                                                     |    |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------|----|
| 2.1.5                                   | Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> )..... | 13 |
| 2.2                                     | Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....              | 14 |
| 2.2.1                                   | Langkah-langkah dalam Periklanan.....               | 15 |
| 2.2.2                                   | Alternatif Media Periklanan.....                    | 20 |
| 2.3                                     | <i>Celebrity Endorsers</i> .....                    | 21 |
| 2.3.1                                   | <i>Source Credibility</i> .....                     | 21 |
| 2.4                                     | Minat Beli Konsumen.....                            | 25 |
| 2.5                                     | Kerangka Pemikiran.....                             | 27 |
| 2.6                                     | Hipotesis Penelitian.....                           | 30 |
| BAB III Objek dan Metodologi Penelitian |                                                     |    |
| 3.1                                     | Objek Penelitian.....                               | 31 |
| 3.2                                     | Metodologi Penelitian.....                          | 33 |
| 3.2.1                                   | Desain Penelitian.....                              | 34 |
| 3.2.2                                   | Pengukuran dan Operasional Variabel.....            | 35 |
| 3.2.3                                   | Populasi dan Sampel.....                            | 39 |
| 3.2.3.1                                 | Kriteria Pemilihan Sampel.....                      | 40 |
| 3.2.3.2                                 | Metoda Pengambilan Sampel.....                      | 40 |
| 3.2.3.3                                 | Jumlah Sampel.....                                  | 41 |
| 3.2.4                                   | Teknik Pengumpulan Data.....                        | 41 |

|                                          |                                                                                         |    |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.2.5                                    | Validitas dan Reliabilitas.....                                                         | 42 |
| 3.2.6                                    | Metode Analisis Data.....                                                               | 44 |
| 3.2.7                                    | Skala Pengukuran.....                                                                   | 45 |
| BAB IV Hasil dan Pembahasan Masalah..... |                                                                                         | 51 |
| 4.1                                      | Profil Responden.....                                                                   | 51 |
| 4.1.1                                    | Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                    | 51 |
| 4.1.2                                    | Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....                                             | 52 |
| 4.1.3                                    | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah atau<br>Tidak Pernah Menonton Iklan Clear..... | 53 |
| 4.2                                      | Analisa <i>Celebrity Endorsers</i> Iklan Shampoo<br>Clear “Nicolas Saputra”.....        | 53 |
| 4.2.1                                    | <i>Attractiveness</i> .....                                                             | 54 |
| 4.2.1.1                                  | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan<br>Clear terlihat menarik.....                   | 54 |
| 4.2.1.2                                  | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan<br>Clear terlihat berkelas.....                  | 55 |
| 4.2.1.3                                  | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan<br>Clear terlihat tampan.....                    | 56 |
| 4.2.1.4                                  | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan<br>Clear terkesan maskulin.....                  | 57 |

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1.5 Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan         |    |
| Clear terlihat seksi.....                              | 58 |
| 4.2.2 <i>Trustworthiness</i> .....                     | 59 |
| 4.2.2.1 Nicolas Saputra layak dipertahankan sebagai    |    |
| model iklan Clear.....                                 | 59 |
| 4.2.2.2 Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,          |    |
| Nicolas Saputra mengatakannya dengan jujur.....        | 60 |
| 4.2.2.3 Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,          |    |
| Nicolas Saputra dapat diandalkan.....                  | 62 |
| 4.2.2.4 Nicolas Saputra menyampaikan pesan Clear       |    |
| dengan tulus.....                                      | 63 |
| 4.2.2.5 Nicolas Saputra dapat dipercaya dalam          |    |
| menyampaikan pesan iklan Clear.....                    | 64 |
| 4.2.3 <i>Expertise</i> .....                           | 65 |
| 4.2.3.1 Nicolas Saputra memiliki keahlian yang memadai |    |
| tentang shampoo Clear sehingga layak menjadi           |    |
| model iklan Clear.....                                 | 65 |
| 4.2.3.2 Nicolas Saputra memiliki pengalaman yang       |    |
| memadai berkaitan dengan shampoo Clear                 |    |
| sehingga layak menjadi model iklan Clear.....          | 66 |

|         |                                                                                                                                                    |    |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.3.3 | Nicolas Saputra memiliki pengetahuan yang memadai berkaitan dengan shampoo sehingga layak menjadi model iklan Clear.....                           | 68 |
| 4.2.3.4 | Nicolas Saputra memenuhi syarat untuk Mengiklankan shampoo Clear.....                                                                              | 69 |
| 4.2.3.5 | Nicolas Saputra cukup terlatih sebagai model iklan sehingga layak menjadi model iklan shampoo Clear.....                                           | 70 |
| 4.3     | Analisa Minat Beli Konsumen Shampoo Clear “Nicolas Saputra”.....                                                                                   | 71 |
| 4.3.1   | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model Nicolas Saputra, saya tertarik untuk mencari informasi tentang produk tersebut.....               | 71 |
| 4.3.2   | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model Nicolas Saputra, saya mempertimbangkan untuk Membeli produk tersebut jika saya memerlukannya..... | 73 |
| 4.3.3   | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model Nicolas Saputra, saya tertarik untuk membeli produk tersebut jika saya memerlukannya.....         | 74 |

|         |                                                  |    |
|---------|--------------------------------------------------|----|
| 4.4     | Analisa <i>Celebrity Endorsers</i> Iklan Shampoo |    |
|         | Clear “Sandra Dewi”.....                         | 75 |
| 4.4.1   | <i>Attractiveness</i> .....                      | 75 |
| 4.4.1.1 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan               |    |
|         | Clear terlihat menarik.....                      | 75 |
| 4.4.1.2 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan               |    |
|         | Clear terlihat berkelas.....                     | 76 |
| 4.4.1.3 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan               |    |
|         | Clear terlihat cantik.....                       | 78 |
| 4.4.1.4 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan               |    |
|         | Clear terkesan elegan.....                       | 79 |
| 4.4.1.5 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan               |    |
|         | Clear terlihat seksi.....                        | 80 |
| 4.4.2   | <i>Trustworthiness</i> .....                     | 81 |
| 4.4.2.1 | Sandra Dewi layak dipertahankan sebagai          |    |
|         | model iklan Clear.....                           | 81 |
| 4.4.2.2 | Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,            |    |
|         | Sandra Dewi mengatakannya dengan jujur.....      | 82 |
| 4.4.2.3 | Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,            |    |
|         | Sandra Dewi dapat diandalkan.....                | 83 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.2.4 Sandra Dewi menyampaikan pesan Clear                     |    |
| dengan tulus.....                                                | 85 |
| 4.4.2.5 Sandra Dewi dapat dipercaya dalam                        |    |
| menyampaikan pesan iklan Clear.....                              | 86 |
| 4.4.3 <i>Expertise</i> .....                                     | 87 |
| 4.4.3.1 Sandra Dewi memiliki keahlian yang memadai               |    |
| tentang shampoo Clear sehingga layak menjadi                     |    |
| model iklan Clear.....                                           | 87 |
| 4.4.3.2 Sandra Dewi memiliki pengalaman yang                     |    |
| memadai berkaitan dengan shampoo Clear                           |    |
| sehingga layak menjadi model iklan Clear.....                    | 88 |
| 4.4.3.3 Sandra Dewi memiliki pengetahuan yang                    |    |
| memadai berkaitan dengan shampoo sehingga                        |    |
| layak menjadi model iklan Clear.....                             | 90 |
| 4.4.3.4 Sandra Dewi memenuhi syarat untuk                        |    |
| Mengiklankan shampoo Clear.....                                  | 91 |
| 4.4.3.5 Sandra Dewi cukup terlatih sebagai model                 |    |
| iklan sehingga layak menjadi model iklan                         |    |
| shampoo Clear.....                                               | 92 |
| 4.5 Analisa Minat Beli Konsumen Shampoo Clear “Sandra Dewi”..... | 93 |

|       |                                                                                                                                                      |     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.5.1 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Sandra Dewi, saya tertarik untuk mencari informasi<br>tentang produk tersebut.....               | 93  |
| 4.5.2 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Sandra Dewi, saya mempertimbangkan untuk<br>Membeli produk tersebut jika saya memerlukannya..... | 95  |
| 4.5.3 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Sandra Dewi, saya tertarik untuk membeli<br>produk tersebut jika saya memerlukannya.....         | 96  |
| 4.6   | Pengujian Data “Nicolas Saputra”.....                                                                                                                | 97  |
| 4.6.1 | Uji Validitas.....                                                                                                                                   | 98  |
| 4.6.2 | Uji Reliabilitas.....                                                                                                                                | 102 |
| 4.7   | Pengujian Pengaruh <i>Celebrity Endorsers</i> (Nicolas Saputra)<br>terhadap minat beli.....                                                          | 103 |
| 4.7.1 | Pengujian Pengaruh <i>Attractiveness</i> Nicolas Saputra<br>terhadap minat beli.....                                                                 | 103 |
| 4.7.2 | Pengujian Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Nicolas Saputra<br>terhadap minat beli.....                                                                | 106 |
| 4.7.3 | Pengujian Pengaruh <i>Expertise</i> Nicolas Saputra<br>terhadap minat beli.....                                                                      | 108 |

|                                 |                                                              |     |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----|
| 4.8                             | Pengujian Data “Sandra Dewi” .....                           | 110 |
| 4.8.1                           | Uji Validitas.....                                           | 110 |
| 4.8.2                           | Uji Reliabilitas.....                                        | 115 |
| 4.9                             | Pengujian Pengaruh <i>Celebrity Endorsers</i> (Sandra Dewi)  |     |
|                                 | terhadap minat beli.....                                     | 116 |
| 4.9.1                           | Pengujian Pengaruh <i>Attractiveness</i> Sandra Dewi         |     |
|                                 | terhadap minat beli.....                                     | 117 |
| 4.9.2                           | Pengujian Pengaruh <i>Trustworthiness</i> Sandra Dewi        |     |
|                                 | terhadap minat beli.....                                     | 119 |
| 4.9.3                           | Pengujian Pengaruh <i>Expertise</i> Sandra Dewi              |     |
|                                 | terhadap minat beli.....                                     | 121 |
| 4.10                            | Perbandingan <i>Celebrity Endorsers</i> shampoo Clear antara |     |
|                                 | Nicolas Saputra dan Sandra Dewi.....                         | 123 |
| BAB V Kesimpulan dan Saran..... |                                                              | 125 |
| 5.1                             | Kesimpulan.....                                              | 125 |
| 5.2                             | Saran.....                                                   | 126 |
| 5.3                             | Keterbatasan penelitian.....                                 | 126 |
| Daftar Pustaka.....             |                                                              | 128 |
| Lampiran                        |                                                              |     |

## Daftar Gambar

|     |                         |    |
|-----|-------------------------|----|
| 2.1 | Kerangka Pemikiran..... | 29 |
|-----|-------------------------|----|

## DAFTAR TABEL

|     |                                                                                |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 | Operasional Variabel (Variabel Independen).....                                | 36 |
| 3.2 | Operasional Variabel (Variabel Dependen).....                                  | 39 |
| 3.3 | Pemberian Bobot menurut Skala Likert.....                                      | 46 |
| 4.1 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                           | 51 |
| 4.2 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....                                    | 52 |
| 4.3 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah/Tidak<br>Menonton Iklan Clear.....    | 53 |
| 4.4 | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan<br>shampoo Clear menarik.....           | 54 |
| 4.5 | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan shampoo Clear<br>terlihat berkelas..... | 55 |
| 4.6 | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan shampoo Clear<br>terlihat tampan.....   | 56 |
| 4.7 | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan shampoo Clear<br>terkesan maskulin..... | 57 |
| 4.8 | Penampilan Nicolas Saputra dalam iklan<br>shampoo Clear Seksi.....             | 58 |

|      |                                                                                                                                     |    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.9  | Nicolas Saputra layak dipertahankan sebagai model<br>iklan Clear.....                                                               | 59 |
| 4.10 | Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,<br>Nicolas Saputra mengatakannya dengan jujur.....                                            | 61 |
| 4.11 | Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,<br>Nicolas Saputra dapat diandalkan.....                                                      | 62 |
| 4.12 | Nicolas Saputra menyampaikan pesan Clear dengan tulus.....                                                                          | 63 |
| 4.13 | Nicolas Saputra dapat dipercaya dalam menyampaikan<br>pesan iklan Clear.....                                                        | 64 |
| 4.14 | Nicolas Saputra memiliki keahlian yang memadai tentang<br>shampoo Clear sehingga layak menjadi model iklan Clear.....               | 66 |
| 4.15 | Nicolas Saputra memiliki pengalaman<br>yang memadai berkaitan dengan shampoo Clear<br>sehingga layak menjadi model iklan Clear..... | 67 |
| 4.16 | Nicolas Saputra memiliki pengetahuan<br>yang memadai berkaitan dengan shampoo<br>sehingga layak menjadi model iklan Clear.....      | 68 |
| 4.17 | Nicolas Saputra memenuhi syarat untuk<br>mengiklankan shampoo Clear.....                                                            | 69 |

|      |                                                                                                                                                          |    |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.18 | Nicolas Saputra cukup terlatih sebagai model iklan<br>sehingga layak menjadi model iklan shampoo Clear.....                                              | 70 |
| 4.19 | Setelah melihat iklan shampoo Clear<br>dengan model Nicolas Saputra, saya tertarik<br>untuk mencari informasi tentang produk tersebut.....               | 72 |
| 4.20 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Nicolas Saputra, saya mempertimbangkan untuk<br>membeli produk tersebut jika saya memerlukannya..... | 73 |
| 4.21 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Nicolas Saputra, saya tertarik untuk membeli<br>produk tersebut jika saya memerlukannya.....         | 74 |
| 4.22 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan Clear terlihat menarik.....                                                                                           | 76 |
| 4.23 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan Clear terlihat berkelas.....                                                                                          | 77 |
| 4.24 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan Clear terlihat cantik.....                                                                                            | 78 |
| 4.25 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan Clear terkesan elegan.....                                                                                            | 79 |
| 4.26 | Penampilan Sandra Dewi dalam iklan Clear terlihat seksi.....                                                                                             | 80 |
| 4.27 | Sandra Dewi layak dipertahankan sebagai model iklan Clear.....                                                                                           | 81 |
| 4.28 | Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,<br>Sandra Dewi mengatakannya dengan jujur.....                                                                     | 82 |

|      |                                                                                                                                 |    |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.29 | Dalam menyampaikan pesan iklan Clear,<br>Sandra Dewi dapat diandalkan.....                                                      | 84 |
| 4.30 | Sandra Dewi menyampaikan pesan Clear dengan tulus.....                                                                          | 85 |
| 4.31 | Sandra Dewi dapat dipercaya dalam<br>menyampaikan pesan iklan Clear.....                                                        | 86 |
| 4.32 | Sandra Dewi memiliki keahlian yang memadai tentang<br>shampoo Clear sehingga layak menjadi model iklan Clear.....               | 87 |
| 4.33 | Sandra Dewi memiliki pengalaman yang<br>memadai berkaitan dengan shampoo Clear<br>sehingga layak menjadi model iklan Clear..... | 89 |
| 4.34 | Sandra Dewi memiliki pengetahuan yang<br>memadai berkaitan dengan shampoo sehingga<br>layak menjadi model iklan Clear.....      | 90 |
| 4.35 | Sandra Dewi memenuhi syarat untuk<br>mengiklankan shampoo Clear.....                                                            | 91 |
| 4.36 | Sandra Dewi cukup terlatih sebagai model<br>iklan sehingga layak menjadi model iklan<br>shampoo Clear.....                      | 92 |

|      |                                                                                                                                                      |     |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.37 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Sandra Dewi, saya tertarik untuk mencari informasi<br>tentang produk tersebut.....               | 94  |
| 4.38 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Sandra Dewi, saya mempertimbangkan untuk<br>membeli produk tersebut jika saya memerlukannya..... | 95  |
| 4.39 | Setelah melihat iklan shampoo Clear dengan model<br>Sandra Dewi, saya tertarik untuk membeli<br>produk tersebut jika saya memerlukannya.....         | 96  |
| 4.40 | Analisis Validitas Akhir<br><i>KMO and Bartlett's Test</i> .....                                                                                     | 98  |
| 4.41 | Tabel Hasil Uji Validitas Awal<br><i>Rotated Component Matrix (a)</i> .....                                                                          | 99  |
| 4.42 | Tabel Uji Validitas<br><i>Rotated Component Matrix (a)</i> .....                                                                                     | 100 |
| 4.43 | Tabel Uji Validitas Akhir<br><i>Rotated Component Matrix (a)</i> .....                                                                               | 101 |
| 4.44 | Pengujian Reliabilitas.....                                                                                                                          | 102 |
| 4.45 | Tabel Regresi <i>Attractiveness</i> Terhadap Minat Beli.....                                                                                         | 104 |
| 4.46 | Tabel Koefisien Determinasi.....                                                                                                                     | 105 |

|      |                                                               |     |
|------|---------------------------------------------------------------|-----|
| 4.47 | Tabel Regresi <i>Trustworthiness</i> Terhadap Minat Beli..... | 106 |
| 4.48 | Tabel Koefisien Determinasi.....                              | 107 |
| 4.49 | Tabel Regresi <i>Expertise</i> Terhadap Minat Beli.....       | 108 |
| 4.50 | Tabel Koefisien Determinasi.....                              | 109 |
| 4.51 | Analisis Validitas Akhir                                      |     |
|      | <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....                          | 111 |
| 4.52 | Tabel Hasil Uji Validitas Awal                                |     |
|      | <i>Rotated Component Matrix (a)</i> .....                     | 112 |
| 4.53 | Tabel Uji Validitas                                           |     |
|      | <i>Rotated Component Matrix (a)</i> .....                     | 113 |
| 4.54 | Tabel Uji Validitas Akhir                                     |     |
|      | <i>Rotated Component Matrix (a)</i> .....                     | 114 |
| 4.55 | Pengujian Reliabilitas.....                                   | 115 |
| 4.56 | Tabel Regresi <i>Attractiveness</i> Terhadap Minat Beli.....  | 117 |
| 4.57 | Tabel Koefisien Determinasi.....                              | 118 |
| 4.58 | Tabel Regresi <i>Trustworthiness</i> Terhadap Minat Beli..... | 119 |
| 4.59 | Tabel Koefisien Determinasi.....                              | 120 |
| 4.60 | Tabel Regresi <i>Expertise</i> Terhadap Minat Beli.....       | 121 |
| 4.61 | Tabel Koefisien Determinasi.....                              | 122 |
| 4.62 | Tabel Perbandingan variabel.....                              | 123 |