

**PENGARUH CITRA DESTINASI, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN WADUK  
DARMA KUNINGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh :

**ACENG MUHAMAD LUTFI**  
**20200510299**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA DESTINASI, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN WADUK  
DARMA KUNINGAN**

Oleh :

**ACENG MUHAMAD LUTFI**  
20200510299


Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 14 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

**Susunan Dewan Penguji**

Penguji I

Penguji II

Penguji III

  
**Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S**  
NIP. 196110221986031002

  
**Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si**  
NIK. 41038971055

  
**Faisha Rahimi, S.E., M.M**  
NIK. 410110920236

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA DESTINASI, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN WADUK  
DARMA KUNINGAN**

Disusun Oleh :

**ACENG MUHAMAD LUTFI**  
20200510299

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING :

Kuningan, Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M**  
NIK. 41038031154



**Faishal Rahimi, S.E., M.M**  
NIK. 410110920236

*Mengetahui*

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



**Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si.**  
NIK. 41038971054

**Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy**  
NIK. 41038091296

## PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Destinasi, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Waduk Darma Kuningan" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juli 2024

Penulis,



**ACENG MUHAMAD LUTFI**  
**20200510299**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Dihina orang lain tidak jatuh, tetapi dijadikan pupuk untuk kesuksesan”

(Rer)

“Kerja keras kerja cerdas”

(Ridwan Kamil)

### **PERSEMBAHAN**

“Dengan mengucapkan Alhamdulillahil Aalamiin syukur atas Rahmat Allah Swt, skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk rasa syukur saya dengan perasaan bahagia dan rasa hormat, penuh cinta dan kasih sayang yang sulit didefinisikan kepada kedua orang tua tercinta bapa dan ibu, kakak, ponakan dan sahabat yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini.

## ABSTRAK

**ACENG MUHAMAD LUTFI 20200510299. “PENGARUH CITRA DESTINASI, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN WADUK DARMA”.Dibimbing oleh Dr. Dede Djuniardi, SE., M.M & Faishal Rahimi, S.E., M.M.**

Keputusan berkunjung adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara Keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh citra destinasi, persepsi harga dan promosi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui citra destinasi, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Waduk Darma. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada pengunjung wisatawan Waduk Darma. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* sehingga didapati sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya, hasil uji instrumen menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra destinasi, persepsi harga dan promosi berpengaruh secara bersama sama terhadap keputusan berkunjung, (2) citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, (3) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, (4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

**Kata Kunci:** Citra Destinasi, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Berkunjung

## **ABSTRACT**

**ACENG MUHAMAD LUTFI 20200510299. "THE INFLUENCE OF DESTINATION IMAGE, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON DECISIONS TO VISIT DARMA RESERVOIR TOURISTS". Supervised by Dr. Dede Djuniardi, SE., M.M & Faishal Rahimi, S.E., M.M.**

*The decision to visit is an activity carried out by a person or group of people by visiting a particular place with the aim of recreation, personal development, or studying the uniqueness of the tourist attraction visited within a temporary period. Decisions to visit can be influenced by destination image, price perceptions and promotions. This research was conducted to determine the destination image, price perceptions and promotions on the decision to visit Darma Reservoir tourists. Data collection was carried out by distributing questionnaires given to visitors to the Darma Reservoir. The sampling technique used convenience sampling so that a sample of 100 people was obtained. Data were collected using a questionnaire which was then tested for validity and reliability. The instrument test results stated that the data used in this research was valid and reliable. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis. The research results show that (1) destination image, price perception and promotion jointly influence the decision to visit, (2) destination image has a positive and significant influence on the decision to visit, (3) price perception has a positive and significant influence on the decision to visit, (4) ) promotions have a positive and significant effect on the decision to visit.*

**Keywords: Destination Image, Price Perception, Promotion, Visiting Decision**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Seminar Hasil Penelitian (SHP) yang berjudul “**PENGARUH CITRA DESTINASI, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN WADUK DARMA KUNINGAN**” dengan tepat waktu Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Seminar Usulan Proposal ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis berharap mendapat kritik dan saran yang membangun yang akan membantu dalam bekal ilmu pengetahuan, agar dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan sehingga untuk pemuatan laporan selanjutnya dapat lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini tidak hanya berguna bagi sarjana pemenuhan tugas, tetapi berguna juga untuk para pembaca dan pihak pihak yang berkepentingan.

Kuningan, Juli 2024

Penulis,

**ACENG MUHAMAD LUTFI**  
**20200510299**



## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Citra Destinasi, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Waduk Darma Kuningan** “

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis telah banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya untuk semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Kepada Allah SWT atas ridho dan karunia-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan kuliah dan skripsi saya di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan
2. Kepada orang tua tercinta yaitu Bapak Undang Wahyu dan Mamah Empin yang telah membesarkan penulis dengan rasa kasih sayang yang tulus, selalu memberikan yang terbaik dan do'a yang tiada henti, Selalu mendukung dan tidak pernah menghalangi penulis untuk menggapai cita-citanya. Semoga ALLAH SWT membalas semua pengorbanan Bapa dan Mamah.
3. Dr. Dede Djunardi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan, arahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Faishal Rahimi, SE., M.M selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan, arahan serta arahan serta bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. H. Didik Harjadi., S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan
6. Dr. Rina Masruroh, S.E., M. E. Sy selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Enung Nurhayati, S.E., AK., M. Si.CA. Selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Dr. Dadang Suhardi, SE., M.M selaku wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

10. Seluruh Staf Dosen Program Studi Manajemen Universitas Kuningan.
11. Yang tersayang semua kakak penulis yaitu Deti, Alamsyah, Ade Nurjaman, Acep Abdul Azis, Ulfah Mulyati dan Siti Barkah. Terimakasih telah menjadi kakak terbaik bagi penulis, selalu memberikan motivasi untuk mencapai cita-cita, do'a dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan. Semoga semua do'a kakak dikabulkan ALLAH SWT.
12. Yang tersayang kepada keluarga besar dari Bapak dan Mamah yang selalu memberikan do'a, motivasi, dan dukungan.
13. Yang terkasih seorang gadis yang bernama Indah Dahliya terimakasih selalu mendo'akan dan menemani penulis dalam menempuh perkuliahan, memberikan semangat dengan senyuman manisnya, meluangkan waktu, selalu mendengarkan semua keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan ini. Terimakasih selalu meberikan warna baru serta menjadi bagian perjalanan hidup saya.
14. Kepada Tim Pemadam Air : Adi, Dandi, Rhama, Farhan, Haqqy, Imam, yang telah banyak membantu dan menemani dalam proses penyelesaian kuliah selama ini.
15. Kepada rekan-rekan KKN Desa Karangkencana kelompok 44 angkatan 2020 yang telah memberikan salah satu pengalaman berharga dalam perkuliahan.
16. Kepada partner bimbingan Adit, Adam serta yang lainnya yang selalu saling mendukung dalam penulisan skripsi ini.
17. Kepada Teman-teman Kelas Manajemen E angkatan 2020 yang telah memberikan banyak pengalaman dan bantuannya selama ini.
18. Kepada dua sejoli yang selalu kompak memberikan semangat dalam penulisan ini yaitu Rofadul dan Annisa
19. Kepada keluarga besar Tarung Drajat Universitas Kuningan (BOXER) terimakasih atas kebersamaanya dan kerjasamanya dalam keadaan suka maupun duka, serta telah memberikan pengalaman berharga untuk senantiasa tumbuh dan berkembang menjadi pribadi yang lebih kuat 'Jadikan Dirimu Oleh Dirimu Sendiri'.

20. Kepada sahabat sekaligus rekan kerja Abdul Salim Al Idrus yang selalu direpotkan, terimakasih atas dukungan serta pengorbanannya.
21. Terimakasih untuk diri sendiri atas segala pencapaian dan perjuangan yang telah dilalui sampai saat ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga kedepannya menjadi pribadi yang lebih baik dan selalu pantang menyerah.
22. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Kuningan, Juli 2024

Penulis,

**ACENG MUHAMAD LUTEFI**  
**20200510299**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS 10</b>	
2.1 Landasan Teori .....	10
2.2 Manajemen Pemasaran.....	10
<b>2.2.1 Keputusan Berkunjung .....</b>	<b>11</b>
1. Pengertian Keputusan Berkunjung .....	11
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan berkunjung .....	12
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Berkunjung .....	14
<b>2.2.2 Citra Destinasi.....</b>	<b>15</b>
1. Pengertian Citra destinasi .....	15
2. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Citra Destinasi .....	16
3. Dimensi Dan Indikator Citra Destinasi.....	16

<b>2.2.3 Presepsi Harga .....</b>	<b>18</b>
1. Pengertian Presepsi Harga .....	18
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Presepsi Harga .....	19
3. Dimensi Dan Indikator Persepsi Harga .....	20
<b>2.2.4 Promosi .....</b>	<b>21</b>
1. Pengertian Promosi .....	21
2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Promosi .....	22
3. Dimensi Dan Indikator Promosi .....	23
2.3 Penelitian Terdahulu .....	25
2.4 Hubungan Antar Variabel .....	30
2.4.1 Pengaruh Citra Destinasi, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung .....	30
2.4.2 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung .....	31
2.4.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung .....	32
2.4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung .....	32
2.5 Kerangka Berpikir .....	33
2.6 Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Metode Penelitian .....	36
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	36
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
3.3.1 Populasi .....	38
3.3.2 Sampel .....	38
3.4 Data dan Teknik Pengambilan Data .....	39
3.4.1 Data .....	39
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Uji Instrumen .....	40
3.5.1 Uji Validitas .....	40
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	41
3.6 Metode Analisis Data .....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	42
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	44

3.6.2.1	Uji Normalitas .....	44
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas .....	44
3.6.2.3	Uji Linieritas.....	45
3.6.2.4	Uji Heteroskedastisitas .....	45
3.6.3	Analisis Regresi Berganda .....	46
3.6.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	46
3.6.5	Uji Hipotesis.....	46
3.6.5.1	Uji t (Parsial) .....	47
3.6.5.2	Uji F (Simultan).....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	50
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.1.1	Gambaran Responden Penelitian .....	52
4.1.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
4.1.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.1.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.2	Uji Instrumen.....	53
4.2.1	Uji Validitas.....	53
1.	Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung .....	54
2.	Uji Validitas Variabel Citra Destinasi .....	54
3.	Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	55
4.	Uji Validitas Variabel Promosi.....	56
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	56
1.	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung .....	57
2.	Uji Reliabilitas Variabel Citra destinasi .....	57
3.	Uji Reliabilitas Variabel Persepsi harga .....	58
4.	Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....	58
4.3	Metode Analisis Data .....	59
4.3.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	59
1.	Analisis Deskriptif Citra Destinasi .....	59
2.	Analisis Deskriptif Persepsi harga.....	61
3.	Analisis Deskriptif Promosi.....	64

4. Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung .....	66
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
1. Uji Normalitas.....	68
2. Uji Multikolinearitas.....	69
3. Uji Heteroskedastisitas .....	70
4. Uji Autokorelasi.....	71
4.3.3 Analisis Statistik.....	72
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
4.4 Uji Hipotesis.....	75
4.4.1 Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t).....	75
4.4.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	79
4.5 Pembahasan .....	80
4.5.1 Pengaruh Citra Destinasi, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung .....	81
4.5.2 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung .....	81
4.5.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung .....	82
4.5.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data perbandingan kunjungan wisatawan Waduk Darma dan Bumi Perkemahan Palutungan pada tahun 2018 & 2022: .....	4
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Rentang Nilai Skor Angket .....	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Destinasi .....	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung.....	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra destinasi .....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi harga.....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung .....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Destinasi .....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Deskriptif Persepsi Harga.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi .....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung.....	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) .....	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 18 Hasil Uji Autokorelasi .....	72
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
Tabel 4. 21 Hasil Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t).....	75
Tabel 4. 22 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F) .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	34
Gambar 4. 1 Denah Wisata Waduk Darma.....	50
Gambar 4. 2 Harga Tiket Masuk Objek Wisata Waduk Darma .....	51
Gambar 4. 3 Gambaran Kategori Variabel Citra Destinasi.....	61
Gambar 4. 4 Gambaran Kategori Variabel Persepsi harga .....	63
Gambar 4. 5 Gambaran Kategori Variabel Persepsi Harga .....	66
Gambar 4. 6 Gambaran Kategori Variabel Keputusan Berkunjung .....	68
Gambar 4. 7 Scatterplot.....	71

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Data perbandingan.....	3
------------------------------------	---

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran I:

- Surat Pengantar Bimbingan Skripsi
- Surat Permohonan Izin Penelitian
- Berita Acara Bimbingan Skripsi

### Lampiran II:

- Kuesioner Penelitian
- Tabulasi Data
- Uji Instrumen Uji Asumsi Klasik dan Regresi Berganda
- Tabel f dan tabel t
- Riwayat Penulis