



**PENGARUH PEMILIHAN KONTEN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
@COPPAMAGZ TERHADAP KEPUASAN PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI (SURVEI PADA *FOLLOWERS INSTAGRAM*
@COPPAMAGZ)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun oleh:

SHELMA NISSA ADISTY

44118010086

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Broadcasting
Shelma Nissa Adisty
44118010086

Pengaruh Pemilihan Konten Media Sosial *Instagram* @Coppamagz Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada *Followers Instagram* @Coppamagz)

Jumlah Halaman: XVIII + 93 Halaman + 12 Lampiran

Bibliografi: 5 Bab + 93 Halaman + 23 Buku + 14 Jurnal + 5 Data Website

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan *Instagram* di Indonesia, membuat media sosial tersebut digunakan untuk berbagai kepentingan, salah satunya berbagi konten yang berisi informasi. Salah satu akun yang terkenal di kalangan pecinta Korea adalah akun *Instagram* @coppamagz, pecinta Korea dapat mencari informasi terbaru apapun yang sedang terjadi dengan mudah. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pemilihan konten yang diunggah oleh akun *Instagram* @coppamagz terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* dan seberapa besar pengaruh tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori *new media*, media sosial, *Instagram*, konten, interaksi sosial, hiburan, kepuasan, kebutuhan informasi, khalayak, tradisi sosiopsikologi dan teori komunikasi *uses and gratification*.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya menggunakan jenis kausal sedangkan metode yang digunakan adalah survei pada *followers* @coppamagz yang berjumlah 649.000 *followers*. Peneliti mengumpulkan data yaitu menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 100 dengan teknik *sampling random sederhana*.

Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh pemilihan konten media sosial *Instagram* @coppamagz terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* sebesar 41,6% dan sisa 58,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Antara pemilihan konten media sosial *Instagram* @coppamagz terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi memiliki korelasi tingkat yang kuat dan arah yang positif, hal ini dilihat dari nilai koefisien korelasi didapat sebesar 0,645. Terdapat pengaruh pemilihan konten media sosial *Instagram* @coppamagz terhadap kepuasan pemenuhan kebutuhan informasi, hal ini terbukti dikarenakan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai T-hitung 8,353 > T-tabel 1,987.

Kata Kunci: *New Media*, Media Sosial, *Instagram*, Konten, Interaksi Sosial, Hiburan, Kepuasan, Kebutuhan Informasi, Khalayak, Tradisi Sosiopsikologi, Teori *Uses and Gratification*.



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Broadcasting Studies
Shelma Nissa Adisty
44118010086

The Effect of Selection @Coppamagz Instagram Social Media Content on the Satisfaction of Fulfilling Information Needs (Survey of @Coppamagz Instagram Followers)

Number of Pages: XVIII + 93 pages + 12 attachments

Bibliography: 5 Chapters + 93 pages + 23 books + 14 journals + 5 website data

ABSTRACT

The rapid development of Instagram in Indonesia has made social media used for various purposes, one of which is sharing content that contains information. One of the famous accounts among Korean lovers is @coppamagz Instagram, Korean lovers can easily find the latest information on whatever is going on. The purpose of this research is to find out whether there is an influence from the selection of content uploaded by Instagram on the satisfaction of meeting followers and how big the influence is.

The theories used in this study include the theory of new media, social media, Instagram, content, social interaction, entertainment, satisfaction, information needs, audiences, socio-psychological traditions, and uses and gratifications.

This study uses the positivism paradigm, with a quantitative approach and the type of research uses a causal type, while the method used is a survey of @coppamagz followers, amounting to 649,000 followers. Researchers collected data by distributing questionnaires to 100 respondents with a simple random sampling technique.

The results of the study show that the influence of the selection of social media content on Instagram @coppamagz on the satisfaction of meeting followers 41.6% and the remaining 58.4% are influenced by other variables not examined in this study. Between the selection of Instagram @coppamagz social media content on the satisfaction of fulfilling information needs, there is a strong correlation level and a positive direction, this can be seen from the correlation coefficient value of 0.645. There is an effect of choosing Instagram @coppamagz social media content on the satisfaction of fulfilling information needs, this is proven because the significance value is $0.000 < 0.05$ and the T-count value is $8.353 > T\text{-table } 1.987$.

Keywords: *New Media, Social Media, Instagram, Content, Social Interaction, Entertainment, Satisfaction, Information Needs, Audiences, Socio-Psychological Traditions, and Uses and Gratifications Theory.*



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shelma Nissa Adisty
NIM : 44118010086
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Pemilihan Konten Media Sosial Instagram @Coppamagz Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada Followers Instagram @Coppamagz) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 14 Februari 2022
Yang membuat pernyataan,

(Shelma Nissa Adisty)

Mengetahui,

Ketua Bidang Studi

(Dr. Suraya, M.Si)

Pembimbing

(Sofia Aunul, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Shelma Nissa Adisty
NIM : 44118010086
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting
Judul : Pengaruh Pemilihan Konten Media Sosial *Instagram @Coppamagz*
Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada
Followers Instagram @Coppamagz)

Jakarta, 14 Februari 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Sofia Aunul, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Shelma Nissa Adisty
NIM : 44118010086
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting
Judul : Pengaruh Pemilihan Konten Media Sosial *Instagram @Coppamagz*
Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada
Followers Instagram @Coppamagz)

Jakarta, 14 Februari 2022.

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Ketua Sidang : Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D (.....)

Penguji Ahli : Finy F Basarah, M.Si (.....)

Pembimbing : Sofia Aunul, M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Pemilihan Konten Media Sosial *Instagram @Coppamagz*
Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada
Followers Instagram @Coppamagz)

Nama : Shelma Nissa Adisty

NIM : 44118010086

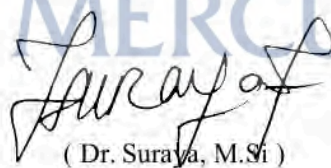
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 14 Februari 2022

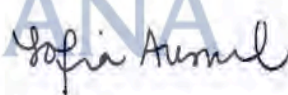
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Broadcasting



(Dr. Suraya, M.Si)

Pembimbing



(Sofia Aunul, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya serta limpahan anugerah yang tak terhitung, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh pemilihan konten Media Sosial *Instagram @Coppamagz* Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada *Followers Instagram @Coppamagz*)” dengan baik dan lancar.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Pengaruh pemilihan konten Media Sosial *Instagram @Coppamagz* Terhadap Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survei Pada *Followers Instagram @Coppamagz*)”. Diajukan untuk memenuhi serta melengkapi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada bidang studi Broadcasting, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, peneliti berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak. Segala kritikan dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai bahan koreksi dan bekal bagi penulis di masa mendatang akan diterima.

Peneliti ingin berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi dan mengajarkan peneliti banyak hal. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Sofia Aunul, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pemikiran dan kesabaran untuk memberikan arahan, bimbingan, petunjuk, saran, dorongan motivasi dan tambahan pengetahuan kepada peneliti.
2. Bapak Rizki Briandana, S.Sos, M.Comm., Ph.D, selaku dosen pembimbing akademik yang sudah begitu sabar membimbing selama masa perkuliahan dari semester 1 hingga penyusunan tugas akhir, terima kasih atas bantuan dan dorongan motivasi yang telah diberikan.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dr. Suraya, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting.
6. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.I.Kom, selaku Sekretaris Bidang Studi Broadcasting dan selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir.
7. Ibu Finy F Basarah, M.Si, selaku Penguji Ahli dalam sidang akhir serta dosen mata kuliah Statistika Sosial dan Metode Penelitian Kuantitatif. Terima kasih atas segala ilmu dan motivasinya.
8. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D, selaku Ketua Sidang dalam sidang akhir, terima kasih atas ilmu dan motivasinya.
9. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan, pengajaran dan bekal ilmu pengetahuan selama peneliti mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana Jakarta, terima kasih atas kebaikan, motivasi dan ilmu-ilmu yang telah diberikan.
10. Ayahanda tercinta Nurmansyah dan ibunda tercinta Sri Dewi Yulianti yang sudah membesarkan, mendidik, mendoakan, memberi dukungan materi maupun moril sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan semangat. Serta adinda tercinta Leviosa Mutiara Kasih, terima kasih atas doa, semangat dan penghiburannya.
11. Kakek tercinta Warsito dan nenek tercinta Kurniasih yang sudah membesarkan, mendoakan, serta memberi support dan semangat.
12. Om dan tante tercinta. Om Anton Kurniawan, yang selalu memberikan support dari kuliah semester 1 hingga penyusunan skripsi, Om Clay, Om Yudi, Tante Ratna, Tante Nofi dan Tante Lia yang telah memberikan doa, support dan semangat.
13. Adik-adik sepupu tercinta, Savanna, Vanim, Viola, Keyla, Fiona, Omar dan Aisha, yang telah memberikan hiburan serta semangat.
14. Sahabat-sahabat tercinta, Rizky Septiani, Dita Amelya Rossa, Anyssa Agustin, Nur Hijriani Zain, Raissa Rajwayansyah, Rokhaidah Hanum, Fauhan Alia Ghaisani, Monica Valencia Putri dan Joanne Teresa Karunia

yang telah menemani, mendengarkan segala curhatan dan keluh kesah, serta memberi semangat, support dan doa. Kalian sahabat luar biasa.

15. Teman-teman seperjuangan tugas akhir, Bunga Nadya Wardani, Antonio Gunawan dan Nabella Anggraeni Astuti yang telah baik hati untuk membantu, meluangkan waktu, memberi semangat, mendoakan dan terus mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
16. Teman-teman bidang studi Broadcasting angkatan 2018, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan semangatnya.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada akhirnya skripsi ini sempurna dengan segala kekurangannya, peneliti berharap semoga karya sederhana ini dapat berguna bagi peneliti dan pembaca. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal sholeh dan senantiasa mendapat ridho Allah SWT. Semoga Allah SWT membalas jasa baik yang telah diberikan dari berbagai pihak kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini, baik di dunia maupun di akhirat kelak, Aamiin.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Jakarta, 15 Januari 2021

Peneliti

Shelma Nissa Adisty

NIM: 44118010086

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
1.4.3. Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teoretis.....	19
2.2.1. Pengertian <i>New Media</i>	19
2.2.2. Ciri <i>New Media</i>	19

2.2.3.	Karakteristik <i>New Media</i>	20
2.2.4.	Pengertian Media Sosial.....	21
2.2.5.	Karakteristik Media Sosial	22
2.2.6.	Pengertian <i>Instagram</i>	23
2.2.7.	Fitur <i>Instagram</i>	23
2.2.8.	Konten.....	27
2.2.9	Interaksi Sosial.....	28
2.2.10.	Hiburan.....	28
2.2.11.	Kepuasan	29
2.2.12.	Kebutuhan Informasi	30
2.2.13.	Khalayak.....	31
2.2.14.	Karakteristik Khalayak	32
2.2.15.	Tradisi Sosiopsikologis	33
2.2.16.	Teori Uses and Gratification.....	34
2.3.	Kerangka Pemikiran	36
2.4.	Hipotesis Teori.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1.	Paradigma Penelitian	38
3.2.	Metode Penelitian.....	38
3.3.	Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1.	Populasi.....	39
3.3.2.	Sampel.....	39
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.4.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	41
3.4.1.	Definisi Konsep	41

3.4.2.	Operasionalisasi Konsep	42
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6.	Teknik Analisa Data	46
3.6.1.	Uji Validitas.....	47
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.7.	Uji Hipotesis.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1.	Tentang Coppamagz.....	55
4.1.2.	Tim Coppamagz	56
4.2.	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1.	Identitas Responden	58
4.2.2.	Mengikuti Akun <i>Instagram</i> @coppamagz.....	60
4.2.3.	Tingkat Kepuasan Berdasarkan Dimensi Pemilihan konten Media Sosial <i>Instagram</i> @coppamagz (X).....	60
4.2.4.	Tingkat Kepuasan Berdasarkan Dimensi Informasi dari Akun <i>Instagram</i> @coppamagz (Y).....	67
4.2.5.	Tingkat Kepuasan Berdasarkan Dimensi Interaksi Sosial	76
4.2.6.	Tingkat Kepuasan Berdasarkan Dimensi Hiburan.....	78
4.2.7.	Uji Regresi Linear Sederhana	80
4.2.8.	Uji Korelasi.....	81
4.2.9.	Koefisien Determinasi.....	83
4.2.10.	Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F)	83
4.3.	Pembahasan.....	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	92
5.2.	Saran	93
5.2.1.	Saran Akademis	93
5.2.2.	Saran Praktis	93
	DAFTAR PUSTAKA.....	94
	LAMPIRAN.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Mengalami Pertumbuhan.....	3
Gambar 1.2. Pengguna Internet Indonesia Rerata Menghabiskan Waktu	3
Gambar 1.3. Media Sosial Terlaris di Indonesia per Januari 2021	4
Gambar 1.4. Profil Akun Instagram @coppamagz.....	7
Gambar 4.1. Logo Akun Instagram @coppamagz.....	55
Gambar 4.2. Anggota Tim Coppamagz	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Akun Instagram @coppamagz	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2. Kerangka Pemikiran.....	36
Tabel 3.1. Tabel Operasional Konsep	43
Tabel 3.2. Uji Validitas (Pretest) @coppamagz	49
Tabel 3.3. Item Pernyataan Pemilihan Konten <i>Instagram</i> @coppamagz	49
Tabel 3.4. Uji Validitas (Pretest) @coppamagz	50
Tabel 3.5. Item Pernyataan Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Akun <i>Instagram</i> @coppamagz	50
Tabel 3.6. Uji Reliabilitas Variabel (X).....	53
Tabel 3.7. Uji Reliabilitas Variabel (Y).....	54
Tabel 4.1. Usia Followers @coppamagz.....	58
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Followers @coppamagz.....	59
Tabel 4.3. Mengikuti Akun <i>Instagram</i> @coppamagz	60
Tabel 4.4. Konten @coppamagz Memiliki Banyak Manfaat.....	60
Tabel 4.5. Konten @coppamagz Ditujukan Untuk Ragam Khalayak....	61
Tabel 4.6. Konten @coppamagz Sebagai Sarana Komunikasi dan Informasi.....	62
Tabel 4.7. Konten @coppamagz Menstimuli Berkarya Followers.....	62
Tabel 4.8. Konten @coppamagz Membuat Followers Menemukan Teman <i>Fandom</i>	63
Tabel 4.9. Mengunggah Keragaman Konten	64
Tabel 4.10. Memiliki Informasi Platform @coppamagz Lainnya.....	65
Tabel 4.11. Membagikan Sekilas Info di <i>Insta Story</i>	65

Tabel 4.12. Followers Mencari Hiburan dan Mengisi Waktu Luang	66
Tabel 4.13. Konten @coppamagz Mampu Menghilangkan Rasa Jenuh Serta Bosan	67
Tabel 4.14. Konten @coppamagz Selalu <i>up-to-date</i>	67
Tabel 4.15. Konten @coppamagz Tidak Hoaks	68
Tabel 4.16. Informasi Terbaru Mengenai <i>Girl Group</i> dan <i>Boy Group</i>	69
Tabel 4.17. Informasi Terbaru Mengenai Aktor dan Aktris	70
Tabel 4.18. Informasi Terbaru dari <i>Gossip</i> atau Skandal yang Sedang Naik Daun	70
Tabel 4.19. Informasi Terbaru Mengenai Drama Korea	71
Tabel 4.20. Informasi Terbaru Mengenai Film atau Serial Korea	72
Tabel 4.21. Penerjemahan Bahasa Indonesia @coppamagz di <i>Caption</i> Sangat Mudah Untuk Dimengerti	73
Tabel 4.22. Judul atau <i>Headline</i> yang @coppamagz Unggah di Setiap Konten Informasinya Bersifat Jelas dan <i>to the point</i>	73
Tabel 4.23. Hasrat Mengetahui Lebih Lanjut Mengenai Konten Informasi yang Diunggah @coppamagz	74
Tabel 4.24. Tampilan Layout Akun <i>Instagram</i> @coppamagz Menyesuaikan Tipe Informasi yang Diunggah	75
Tabel 4.25. Tampilan Layout Akun <i>Instagram</i> @coppamagz Simple, Bagus dan Nyaman Dilihat	76
Tabel 4.26. Interaksi <i>Followers</i> @coppamagz di <i>Comment Section</i>	76
Tabel 4.27. Konten Informasi yang Diunggah @coppamagz Dapat Disebarluaskan	77
Tabel 4.28. Konten @coppamagz Dapat Menjadi Topik Perbincangan di Dunia Nyata	78

Tabel 4.29. Terhibur Dengan CoppaFunGame dan Game Lainnya yang Diunggah di <i>Instagram Story</i>nya	79
Tabel 4.30. Terhibur Dengan Konten Informasi Video atau Foto yang Diunggah @coppamagz.....	79
Tabel 4.31. Tabel Koefisien (Uji Regresi Linear Sederhana)	80
Tabel 4.32. Tabel Koefisien Korelasi (Uji Korelasi)	82
Tabel 4.33. Tingkat Koefisien Korelasi.....	82
Tabel 4.34. Koefisien Determinasi.....	83
Tabel 4.35. Uji Hipotesis (Uji T)	84
Tabel 4.36. Tabel Anova.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Via Google Docs.....	98
Tabulasi Data Variabel (X)	101
Tabulasi Data Variabel (Y)	104
Hasil Uji Validitas Variabel (X).....	106
Hasil Uji Validitas Variabel (Y).....	108
Hasil Reliabilitas Variabel (X).....	110
Hasil Reliabilitas Variabel (Y).....	110
Hasil Uji Korelasi.....	110
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	110
Hasil Uji Hipotesis Uji T.....	111
Hasil Uji Hipotesis Uji F.....	111
Curriculum Vitae	112

UNIVERSITAS
MERCU BUANA