

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 25 Maret 2022



The image shows a 10,000 Rupiah Indonesian postage meter stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem at the top center, the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH' on the left, and '10.000' at the bottom. The word 'METERA' is printed in the center, with 'PENGALIHAN' written below it. A handwritten signature in black ink is written over the stamp. The alphanumeric code 'BC8CAJX862607243' is visible at the bottom of the stamp.

Ifalia Fitriana  
NIM. 181420040

## ABSTRAK

Nama: **Ifalia Fitriana**, NIM: **181420040**, Judul Skripsi: **Pengaruh *Integrated Marketing Communication (IMC)* Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada BPRS Cilegon Mandiri)**.

Penelitian ini dilakukan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Cilegon Mandiri yang menjadi salah satu solusi bagi rakyat dalam menyelesaikan masalah perekonomiannya, terutama masyarakat kecil dan menengah. Di era teknologi ini menuntut industri perbankan untuk akrab dengan perubahan, termasuk BPRS CM pun harus bisa beradaptasi dalam menghadapi kecepatan perubahan karena teknologi supaya BPRS CM dengan skala mikro kecil menengah pun bisa bertahan dan maju dimasa yang akan datang. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1). Apakah BPRS CM sudah menerapkan strategi promosi menggunakan pendekatan IMC? 2). Apakah variabel *Advertising*, *PS*, *PR*, *SP*, *DM* dan *Event* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah pada BPRS CM? 3). Apakah variabel *Advertising*, *PS*, *PR*, *SP*, *DM* dan *Event* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada BPRS CM? 4). Manakah yang paling dominan diantara strategi komunikasi pemasaran dalam IMC yang diterapkan oleh BPRS CM? Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1). Untuk mengungkap apa saja strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh BPRS CM. 2). Untuk mengetahui pengaruh variabel yang terdapat dalam IMC secara parsial terhadap minat nasabah pada BPRS CM. 3). Untuk mengetahui pengaruh variabel yang terdapat dalam IMC secara simultan terhadap minat nasabah pada BPRS CM. 4). Untuk mengetahui variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah pada BPRS CM. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan statistika inferensia melalui olah data menggunakan analisis regresi linear berganda yang ditampilkan dalam persamaan regresi. Uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas serta menggunakan uji statistik diantaranya uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F). Kesimpulannya pengujian hipotesis secara parsial, variabel *Advertising*, *PR*, *SP*, *DM* dan *Event* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, sedangkan variabel *PS* tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Advertising*, *PS*, *PR*, *SP*, *DM*, dan *Event* terhadap minat nasabah.

**Kata Kunci:** *Minat Nasabah, Komunikasi Pemasaran, Integrated Marketing Communication (IMC)*.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDI BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323  
Fax. (0245) 200022

---

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth.
Lampiran	: 1 (satu) eksemplar	<b>Dekan Fakultas Ekonomi</b>
Hal	: <b>Usulan Munaqasyah</b>	<b>dan Bisnis Islam</b>
	<b>a.n. Ifalia Fitriana</b>	<b>UIN SMH Banten</b>
	<b>NIM. 181420040</b>	Di –
		Serang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dipermauklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari **Ifalia Fitriana, NIM. 181420040** dengan judul Skripsi “**Pengaruh *Integrated Marketing Communication (IMC)* Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada BPRS Cilegon Mandiri)**”, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 25 Maret 2022

Pembimbing I,

**Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M.**  
NIP. 197203171999031001

Pembimbing II,

**Muhammad Fadli Azim, M.Si.**  
NIP. 198705312019031010

## PERSETUJUAN

### PENGARUH *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) TERHADAP MINAT NASABAH (STUDI PADA BPRS CILEGON MANDIRI)

Oleh:

**Ifalia Fitriana**  
**NIM. 181420040**

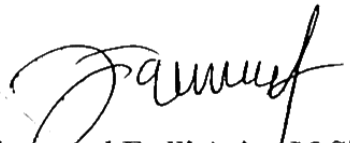
Menyetujui,

**Pembimbing I,**



**Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M.**  
**NIP. 197203171999031001**

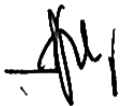
**Pembimbing II,**



**Muhammad Fadli Azim, M.Si.**  
**NIP. 198705312019031010**

Mengetahui,

**Dekan**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,**



**Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.Si.**  
**NIP. 196402121991032003**

**Ketua**  
**Jurusan Perbankan Syariah,**



**Hendrieta Fericka, S.E., M.Si.**  
**NIP. 198306112006042001**

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. Ifalia Fitriana NIM. 181420040 yang berjudul *“Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada BPRS Cilegon Mandiri)”*, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 18-19 Mei 2022, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

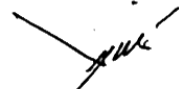
### Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,

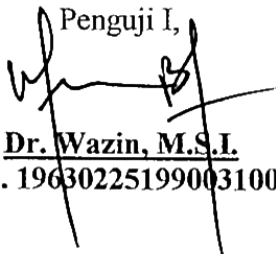


Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI.  
NIP. 196402121991032003

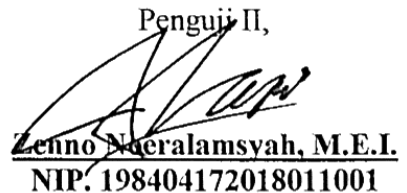


Ma'mun Nawawi, M.E.  
NIP. 199303022019031009

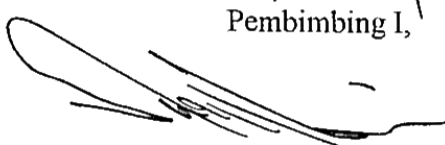
Anggota-Anggota,

Penguji I,  


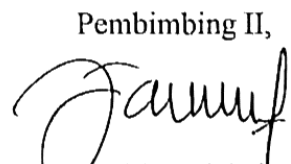
Dr. Wazin, M.S.I.  
NIP. 196302251990031005

Penguji II,  


Zenno Neralamsyah, M.E.I.  
NIP. 198404172018011001

Pembimbing I,  


Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM.  
NIP. 197203171999031001

Pembimbing II,  


Muhammad Fadli Azim, M.Si.  
NIP. 198705312019031010

## PERSEMBAHAN



*Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran serta atas segala nikmat dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.*

*Dengan ketulusan cinta dan kasih sayang..*

*Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua yaitu Ayahanda A. Saimuri dan Ibunda Badiyah terkasih dan tersayang yang senantiasa memberikan dukungan-dukungan terbaiknya baik moril maupun materil, senantiasa mendidik anaknya dengan penuh kasih sayang, berkorban tanpa mengenal lelah, senantiasa melantunkan do'a-do'a terbaik untuk anaknya hingga saat ini, serta telah menjadi inspirasi dan my support system terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan tak lupa pula untuk kakak dan adikku tersayang yaitu Fatih Aldy dan M. Chandra Wijaya, serta adik sepupuku Hannah Luthfiyanah yang senantiasa memberikan dukungan, do'a, dan semangat dalam penulisan skripsi ini.*

\*\*\*

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا  
مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ

*Artinya:*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebaikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”*

[ QS. Al-Baqarah: 286 ]

## **RIWAYAT HIDUP**

Ifalia Fitriana, lahir di Kota Cilegon, 12 Desember 1999 merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis dilahirkan dari kedua orang tua tercinta yang bernama Ayahanda A. Saimuri dan Ibunda Badiah.

Riwayat Pendidikan yang pernah ditempuhnya yaitu di TK Al-Furqon (2004-2006), kemudian SDN Grogol 1 (2006-2012), kemudian melanjutkan di MTs Al-Khairiyah Kotasari (2012-2015), Selanjutnya di MAN 2 Kota Cilegon (2015-2018) dan saat ini sedang menempuh Pendidikan S1 di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten (2018-sekarang).

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi baik internal maupun eksternal kampus. Untuk organisasi internal kampus penulis mengikuti HMJ Perbankan Syariah sebagai sekretaris bidang Pengawas Aparatur Organisasi tahun 2018-2019. Sedangkan untuk organisasi eksternal kampus penulis bergabung dalam organisasi primordial yaitu Ikatan Mahasiswa Cilegon tahun 2018.



## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat serta karunia-Nya yang tidak terhitung jumlahnya kepada kita semua. Terutama nikmat Iman, Islam, dan sehat wal'afiat sampai saat ini. Shalawat teriring salam senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabatnya, dan kita semua selaku umatnya yang mudah-mudahan mendapatkan syafa'atnya dihari akhir kelak.

Alhamdulillah atas keridhoan dan kemudahan yang telah diberikan oleh Allah SWT kepada penulis serta diiringi oleh ikhtiar yang sungguh-sungguh hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Integrated Marketing Communication (IMC) Terhadap Minat Nasabah (Studi Pada BPRS Cilegon Mandiri)”*** dengan penuh rasa syukur dan bahagia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir. Dengan demikian, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak terkait, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Wawan Wahyudin, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan

bagi penulis untuk bergabung dan menimba ilmu di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Hendrieta Ferieka, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang senantiasa memberikan informasi, mengarahkan, mendidik, serta memberikan motivasi kepada penulis.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM. selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Fadli Azim, M.Si. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran-saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini. Semoga Allah membalas kebaikan Bapak.
5. Bapak Novran Erviatman Syarifuddin, SE., MM. selaku Direktur Utama Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Cilegon Mandiri, Bapak M. Saeful Anwar selaku *Marketing Landing*, Ibu Ervin Naruliasari selaku *Marketing Funding* dan Bapak Muhriji dan Ibu Dina Suci selaku SDI pada BPRS Cilegon Mandiri yang telah memberikan informasi yang sangat mendukung

penyusunan skripsi ini dan yang telah memberikan bantuannya kepada penulis untuk pengambilan data.

6. Bapak dan Ibu Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
7. Para Informan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner sebagai data utama dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada rekan-rekan FIHA, HIMAKAK, kelas PBS-A 2018 dan yang lainnya yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu terimakasih sudah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar, maka dari itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Serang, 25 Maret 2022  
Penulis,



Ifalia Fitriana

NIM. 181420040

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah .....	14
D. Perumusan Masalah .....	15
E. Tujuan Penelitian .....	16
F. Manfaat Penelitian .....	17
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	17
H. Kerangka Pemikiran.....	25
I. Sistematika Pembahasan .....	27

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>29</b>
A. Landasan Teori.....	29
1. Pemasaran dalam Pandangan Islam .....	29
a. Strategi Marketing.....	29
b. Strategi Pemasaran Syariah .....	30
c. Karakteristik Pemasaran Syariah .....	33
d. Etika Pemasaran Syariah .....	34
2. Komunikasi Pemasaran.....	38
a. Komunikasi .....	38
b. Pemasaran.....	39
c. Pentingnya Komunikasi dalam Pemasaran .....	42
d. Proses Komunikasi Pemasaran.....	43
3. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	47
a. Pengertian IMC .....	47
b. Ruang Lingkup IMC .....	48
1) Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	49
2) Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) .....	51
3) Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ).....	54
4) Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	56
5) Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	57
6) Acara ( <i>Event</i> ) .....	59
c. Pelaksanaan IMC.....	61
4. Minat Nasabah .....	63
a. Pengertian Minat Nasabah .....	63
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	64

5. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).....	66
a. Pengertian BPRS .....	66
b. Tujuan Berdirinya BPRS.....	67
c. Produk-produk yang dimiliki BPRS .....	68
B. Hubungan Antar Variabel .....	70
1. Hubungan <i>advertising</i> dengan minat nasabah .....	71
2. Hubungan <i>personal selling</i> dengan minat nasabah.....	71
3. Hubungan <i>public relation</i> dengan minat nasabah.....	72
4. Hubungan <i>sales promotion</i> dengan minat nasabah.....	72
5. Hubungan <i>direct marketing</i> dengan minat nasabah.....	73
6. Hubungan <i>event</i> dengan minat nasabah .....	73
C. Hipotesis .....	74
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>77</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	77
B. Jenis Metode Penelitian .....	77
1. Pendekatan Penelitian .....	78
C. Sumber data .....	79
1. Data Primer .....	79
2. Data Sekunder.....	80
D. Teknik Penentuan Sampel.....	80
1. Populasi.....	80
2. Sampel.....	81
E. Teknik Pengumpulan Data.....	83
1. Kuesioner .....	84
2. Wawancara.....	85

3. Studi Kepustakaan .....	85
F. Teknik Analisis Data.....	86
1. Uji Kualitas Data.....	87
a. Uji Validitas .....	87
b. Uji Reliabilitas.....	89
2. Uji Asumsi Klasik.....	90
a. Uji Normalitas .....	90
b. Uji Multikolinearitas .....	91
c. Uji Heteroskedastisitas .....	92
d. Uji Autokorelasi .....	93
3. Uji Hipotesis .....	94
a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
b. Uji Parsial (Uji Statistik t).....	96
c. Uji Simultan (Uji Statistik F) .....	96
G. Operasional Variabel Penelitian.....	98
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>105</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	105
1. Sejarah Singkat BPRS Cilegon Mandiri .....	105
2. Tujuan Berdirinya BPRS Cilegon Mandiri.....	107
3. Visi dan Misi BPRS Cilegon Mandiri .....	107
4. Lokasi BPRS Cilegon Mandiri .....	108
5. Team Management BPRS Cilegon Mandiri .....	110
6. Produk BPRS Cilegon Mandiri.....	111
7. Struktur Organisasi Kantor Pusat BPRS CM.....	116

B. Deskriptif Responden.....	117
C. Uji Kualitas Data.....	121
1. Hasil Uji Validitas.....	121
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	130
D. Hasil Analisis Data .....	133
1. Uji Asumsi Klasik.....	134
a. Uji Normalitas .....	134
b. Uji Multikolinearitas .....	135
c. Uji Heteroskedastisitas .....	137
2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	139
3. Uji Hipotesis .....	143
a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	143
b. Uji Parsial (Uji t).....	144
c. Uji Simultan (Uji F) .....	148
4. Interpretasi Data.....	150
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>158</b>
A. Kesimpulan .....	158
B. Keterbatasan Penelitian.....	159
C. Saran .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>164</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>175</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Biaya Promosi dan Jumlah Nasabah BPRS CM .....	10
Tabel I.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	18
Tabel III.1 Tingkat Alternatif Jawaban .....	85
Tabel III.2 Operasional Variabel Penelitian.....	99
Tabel IV.1 Data Responden .....	117
Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	118
Tabel IV.3 Data Responden Berdasarkan Usia.....	118
Tabel IV.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	119
Tabel IV.5 Data Responden Berdasarkan Penghasilan.....	120
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Advertising</i> .....	122
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>PS</i> .....	123
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>PR</i> .....	125
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>SP</i> .....	126
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>DM</i> .....	127
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Event</i> .....	128
Tabel IV.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah .....	129
Tabel IV.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Advertising</i> .....	130
Tabel IV.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>PS</i> .....	131
Tabel IV.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>PR</i> .....	131
Tabel IV.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>SP</i> .....	132
Tabel IV.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>PDM</i> .....	132
Tabel IV.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Event</i> .....	133
Tabel IV.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Nasabah ....	133

Tabel IV.20 Hasil Uji Multikolinearitas .....	136
Tabel IV.21 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	139
Tabel IV.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	143
Tabel IV.23 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	145
Tabel IV.24 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	149

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Model Proses Komunikasi Pemasaran .....	44
Gambar II.2 Hubungan Antar Variabel .....	74
Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas .....	134
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	138

## **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram I.1 Kerangka Pemikiran .....	27
--------------------------------------	----