

## ABSTRAK

Harmani Branjasa, **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Telepon Selular Samsung (Survey Pada Pengguna Telepon Selular Samsung pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan 2004-2006)**, dibawah bimbingan Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. dan Chairul Furqon, S.Sos, M.M.

Komunikasi antar manusia pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mendasar. Melalui kemajuan teknologi, komunikasi dapat dilakukan secara jarak jauh melalui alat yang dikenal dengan istilah telepon selular, *handphone*, atau *mobile phone*, salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri ini adalah Samsung. Berdasarkan survey yang dilakukan SWA, indeks loyalitas pelanggan telepon selular Samsung periode tahun 2005/2006 mengalami penurunan yang cukup drastis. Melalui survey awal yang telah dilakukan, diperoleh keterangan bahwa kualitas produk telepon selular Samsung kurang begitu baik. Dari keterangan tersebut diduga bahwa menurunnya tingkat loyalitas pelanggan telepon selular Samsung diakibatkan oleh kualitas produk yang kurang begitu baik.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan suatu penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan telepon selular Samsung, dengan variabel bebas (X) adalah kualitas produk yang terdiri dari delapan dimensi yaitu *performance* ( $X_1$ ), *feature* ( $X_2$ ), *conformance to spesification* ( $X_3$ ), *durability* ( $X_4$ ), *reliability* ( $X_5$ ), *serviceability* ( $X_6$ ), *aesthetic* ( $X_7$ ), dan *perceived quality* ( $X_8$ ), dan variabel terikat (Y) adalah loyalitas pelanggan. Objek penelitian adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2004-2006 Universitas Pendidikan Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survey eksplanatori. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *systematic random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik regresi ganda dengan menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

Nasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kualitas produk terbesar adalah melalui dimensi *performance* disusul dimensi *conformance to spesification*. Sedangkan tingkat loyalitas pelanggan telepon selular Samsung yang terdapat pada responden yang diteliti secara keseluruhan dapat dikatakan sudah cukup baik. Tingkat loyalitas yang cukup tinggi terlihat pada dua hal, yaitu frekuensi merekomendasikan produk telepon selular Samsung kepada pihak lain dan frekuensi penolakan terhadap produk lain.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini guna persyaratan untuk mengikuti Ujian Sidang Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia, dan Skripsi ini berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TELEPON SELULAR SAMSUNG (SURVEY PADA PENGGUNA PRODUK TELEPON SELULAR SAMSUNG PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI ANGKATAN 2004-2006 UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA)”.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa di dalam penyusunan skripsi ini baik bentuk penyajiannya maupun sistematikanya, masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya, itu semua disebabkan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis, tetapi penulis tetap berharap semua ini ada manfaat yang bisa diambil, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca yang berminat untuk mempelajarinya.

Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH., M.Pd. selaku Dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi.
4. Bapak Dr. Suryana, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Dr. H. Agus Rahayu, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersabar di dalam memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis.
6. Bapak Chairul Furqon, S.Sos., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan kesabarannya membantu, membimbing dan memberi ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh Dosen yang telah memberikan pengajaran-pengajaran yang berharga kepada penulis.
8. Seluruh Staf Administrasi di lingkungan Program Studi Manajemen Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI.
9. Ayahanda dan Ibunda tercinta, juga kakak dan adikku tersayang yang senantiasa memberikan dorongan moril dan materil, do'a, curahan kasih sayang dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk Joko, Ana, Pipit, Uji, Bu Heni, Arif, Fotocopy Arda, Akung, Feri Buyung, Aming, Jodi, Yan, Katul, Imam, Polo, Teri, Windu, Wisnu, Agus,

Eril, Blankon, Jeri, Hesti, Soni, Asril, Ableh, Agi, Restu, Anggi, Putri, Lilis, Uci, Ceplo, Ardan, Cho2L, Devi Anggraini, Didit, Aldian, Onya, Ilmi, Bu Yayah, Eriko, Opik, Tulus, Ira, Eko, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. “Pelangi” sebagai tempat berkumpul, serta rekan-rekan lain yang tidak disebutkan.

11. Untuk yang tercinta, terimakasih atas dorongan moral disela-sela kesibukannya yang telah diberikan kepada penulis.

12. Seluruh mahasiswa di Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia mulai dari Angkatan 2004 sampai 2006 yang telah memberikan banyak kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan kesediaannya memberikan data yang diperlukan dalam menyusun skripsi ini.

13. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta doanya kepada penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah Subhanahuwatala, senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, amien.

Allhamdulillahirobbilalamin

Bandung, Januari 2008

Penulis

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Telepon Selular Samsung (Survey Pada Pengguna Produk Telepon Selular Samsung pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2004-2006 Universitas Pendidikan Indonesia)** 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 keilmuan.

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.

Bandung, Januari 2008

Yang Membuat Pernyataan

Harmani Branjasa

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Perumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2. Kajian Pustaka .....	12
2.1.1. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
2.1.2. Produk ( <i>Product</i> ) .....	14
2.1.2.1. Definisi Produk .....	14
2.1.2.2. Tingkatan Produk .....	14
2.1.2.3. Atribut Produk .....	15
2.1.2.4. Kualitas Produk .....	16
2.1.2.5. Perspektif Kualitas .....	17
2.1.2.6. Dimensi Kualitas Produk .....	17
2.1.2.7. Manfaat Kualitas .....	18
2.1.2.7.1. Manfaat Kualitas Bagi Perusahaan .....	18
2.1.2.7.2. Manfaat Kualitas Bagi Manajemen .....	18
2.1.3. Nilai Pelanggan .....	19
2.1.4. Loyalitas Pelanggan .....	20
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	20
2.1.4.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	21

2.1.4.3 Tahapan Menuju Loyalitas Pelanggan.....	21
2.1.4.4 Merancang Menciptakan Loyalitas Pelanggan .....	22
2.1.4.5 Keuntungan Memiliki Pelanggan yang Loyal.....	23
2.1.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3 Hipotesis .....	28

**BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	30
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	30
3.2.1 Metode Penelitian.....	30
3.2.2 Desain Penelitian.....	31
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	32
3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	35
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.6.1 Populasi.....	39
3.6.2 Sampel.....	40
3.6.3 Teknik Sampling.....	41
3.7 Rancangan Analisis Data .....	42
3.7.1 Uji Validitas .....	44
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.7.3 Analisis Regresi.....	49
3.8 Uji Hipotesis .....	57

**BAB IV PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum PT Samsung Electronics Indonesia .....	60
4.2 Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Karakteristik Responden .....	63
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku .....	64
4.2.2 Pengalaman Responden .....	65

4.2.2.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Telepon Selular Samsung.....	65
4.2.2.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	66
4.2.2.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Perolehan Sumber Informasi Mengenai Telepon Selular Samsung .....	67
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.3.1	Gambaran Kualitas Produk.....	68
4.3.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Produk ( <i>performance</i> ) Telepon Selular Samsung.....	68
4.3.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Fitur Produk ( <i>feature</i> ) Telepon Selular Samsung.....	73
4.3.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Standarisasi Produk ( <i>conformance to spesification</i> ) Telepon Selular Samsung.....	77
4.3.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Kekuatan Teknis dan Ekonomis Produk ( <i>durability</i> ) Telepon Selular Samsung.....	81
4.3.1.5	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemungkinan Mengalami Kerusakan Produk ( <i>reliability</i> ) Telepon Selular Samsung.....	85
4.3.1.6	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pelayanan Purna Jual ( <i>Serviceability</i> ) Telepon Selular Samsung.....	88
4.3.1.7	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Estetika ( <i>Aesthetics</i> ) Telepon Selular Samsung.....	95
4.3.1.8	Tanggapan Responden Mengenai Citra Dan Reputasi Produk ( <i>Perceived Quality</i> ) Telepon Selular Samsung .....	98
4.3.2	Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	103
4.4	Hasil Pengujian .....	114
4.4.1	Kriteria Pengambilan Keputusan .....	115
4.4.2	Pengujian Asumsi Regresi .....	116
4.4.3	Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi .....	119
4.4.4	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Simultan (Uji F) ...	120



4.4.5 Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji t) dan Koefisien Jalur ( <i>Beta</i> ) .....	121
4.4.6 Model Persamaan Regresi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	123
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	123

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	131
5.2 Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA .....	134
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	137



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan <i>Market Size</i> Beberapa Sektor Industri 2004 – 2006 .....	2
Tabel 1.2 Indeks Kepuasan Pelanggan <i>Handphone</i> 2004 – 2006.....	6
Tabel 1.3 Indeks Loyalitas Pelanggan Indonesia Kategori Telepon Selular .....	7
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	32
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	34
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Berdasarkan Soal Diferensiasi semantik.....	37
Tabel 3.4 Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UPI yang pernah Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	39
Tabel 3.5 Penarikan Sampel Pada Setiap Program Studi Di Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2004-2006 Universitas Pendidikan Indonesia.....	41
Tabel 3.6 Alternatif Jawaban .....	43
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian .....	46
Tabel 3.8 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	54
Tabel 4.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	55
Tabel 4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	66
Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Perolehan Sumber Informasi Mengenai Selular Samsung.....	67
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kecepatan Telepon Selular Samsung dalam Mengakses Sinyal.....	69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan Penggunaan Telepon Selular Samsung.....	70
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kenyamanan Penggunaan Telepon Selular Samsung.....	71
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Produk ( <i>Performance</i> ) Telepon Selular Samsung .....	72

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keberagaman Model Telepon Selular Samsung.....	74
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keberagaman Menu Telepon Selular Samsung.....	75
Tabel 4.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Fitur Produk ( <i>Feature</i> ) Telepon Selular Samsung.....	75
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Karakteristik Desain Telepon Selular Samsung.....	78
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Karakteristik Operasi Telepon Selular Samsung.....	78
Tabel 4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Standarisasi Produk ( <i>Conformance to spesification</i> ) Telepon Selular Samsung.....	79
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Umur Ekonomis Telepon Selular Samsung.....	81
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tahan Telepon Selular Samsung.....	82
Tabel 4.18	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kekuatan Teknis dan Ekonomis ( <i>Durability</i> ) Telepon Selular Samsung.....	83
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemungkinan Mengalami Gangguan Teknis Telepon Selular Samsung.....	85
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemungkinan Mengalami Gangguan/Kerusakan Secara Fisik Telepon Selular Samsung.....	86
Tabel 4.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kerusakan Produk ( <i>reliability</i> ) Telepon Selular Samsung.....	87
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kecepatan <i>Service Center</i> Samsung dalam Menanggapi Keluhan Pelanggan.....	89
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan dalam Memperoleh Suku Cadang Telepon Selular Samsung.....	90
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Fasilitas yang Diberikan Perusahaan Telepon Selular Samsung.....	91

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kemudahan dalam Menjangkau/menghubungi <i>Service Center</i> Samsung .....	92
Tabel 4.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Pelayanan Purna Jual ( <i>Serviceability</i> ) .....	93
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tarik Desain/bentuk Telepon Selular Samsung.....	95
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tarik Kombinasi Warna Telepon Selular Samsung.....	96
Tabel 4.29 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Estetika ( <i>Aesthetics</i> ).....	97
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Citra Merek Telepon Selular Samsung.....	99
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepercayaan terhadap Merek Telepon Selular Samsung .....	99
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Telepon Selular Samsung .....	100
Tabel 4.33 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Citra dan Reputasi Produk ( <i>Perceived Quality</i> ).....	101
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pembelian Berulang Telepon Selular Samsung.....	104
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pembelian di Luar Lini Produk yang Ditawarkan.....	105
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Merekomendasikan/ Mengajak Pihak Lain Untuk Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	106
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Penolakan terhadap Produk Lain .....	107
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepuasan Setelah Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	107
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kesetiaan dalam Menggunakan Telepon Selular Samsung.....	108

Tabel 4.40 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	109
Tabel 4.41 Tingkatan Loyalitas Pelanggan Telepon Selular Samsung.....	111
Tabel 4.42 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji F.....	115
Tabel 4.43 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji t.....	115
Tabel 4.44 Tolak Ukur Nonautokorelasi.....	118
Tabel 4.45 Tolak Ukur Multikolinieritas.....	119
Tabel 4.46 Output Pengaruh <i>Performance, Lecture, Conformance To Specification, Reliability, Durability, Aesthetic, Perceived Quality,</i> dan <i>Serviceability</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	120
Tabel 4.47 Output Anova.....	121
Tabel 4.48 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	121
Tabel 4.49 Output Koefisien Regresi.....	122
Tabel 4.50 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Individualitas .....	122



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Pelanggan Telepon Selular Periode 2000 – 2006.....	4
Gambar 1.2 <i>Brand Share</i> Kategori Telepon Seluler Tahun 2006.....	5
Gambar 1.3 Skor Dimensi Produk Samsung.....	8
Gambar 2.1 <i>The Four Ps The Marketing Mix Logistic</i> .....	13
Gambar 2.2 Lima Tingkatan Produk.....	14
Gambar 2.3 Penciptaan Nilai Melalui Loyalitas.....	19
Gambar 2.4 Piramida Loyalitas.....	22
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
Gambar 2.6 Paradigma penelitian.....	28
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Kinerja Produk.....	73
Gambar 4.2 Garis Kontinum Variabel Fitur Produk.....	77
Gambar 4.3 Garis Kontinum Variabel Standarisasi Produk ( <i>conformance to specification</i> ).....	80
Gambar 4.4 Garis Kontinum Variabel Kekuatan Teknis dan Ekonomis Produk.....	84
Gambar 4.5 Garis Kontinum Variabel Tingkat Kerusakan Produk.....	88
Gambar 4.6 Garis Kontinum Variabel Pelayanan Purna Jual ( <i>Serviceability</i> ).....	94
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Daya Tarik Estetika ( <i>Aesthetics</i> ).....	98
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Citra dan Reputasi Produk ( <i>Perceived Quality</i> ).....	102
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ).....	110
Gambar 4.10 Piramida Loyalitas Pelanggan Telepon Selular Samsung.....	111
Gambar 4.11 <i>Normal Probability Plot</i> Untuk Uji Asumsi Normalitas.....	116
Gambar 4.12 <i>Scatterplot</i> Untuk Uji Asumsi Heteroskedastis Dan Linearitas.....	117