

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI Z DI BANK
SYARIAH**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri
Syaiikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh :

DIMITRI KHOIRUNNISA

2031010

Fakultas: Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

Kepada :

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK

BANGKA BELITUNG

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Jalan Raya Petaling KM 13 Kec. Mendo Barat Kab. Bangka Prov. Kep. Babel 33173
E-mail: fseitainsasbabel2021@gmail.com
Website: www.iainsasbabel.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

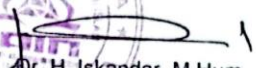
Nomor: B-1981/IFS/B9/PP.00.91/2/2024

Berdasarkan Surat Pernyataan Keaslian dari mahasiswa, Surat Pernyataan Bebas Plagiat dari mahasiswa dan diketahui Ketua Prodi dan hasil cek plagiasi (*Original Report*), maka Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung bersama ini menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : Dimitri Khoirunnisa
NIM : 2031010
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Minat Menabung Generasi Z di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN SAS Bangka Belitung)

Maka Skripsi Mahasiswa tersebut dinyatakan telah memenuhi syarat tulisan ilmiah Bebas Plagiasi dengan batas maksimal 25% berdasarkan Permendiknas Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pencegahan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi dan Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7142 Tahun 2018 Tentang Pencegahan Plagiarisme di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan sebagai salah satu syarat izin penjiilidan skripsi lulusan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung. Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, surat keterangan ini akan ditarik kembali dan kelulusan yang bersangkutan akan ditinjau ulang.

Bangka, 18 Desember 2024
Dekan,

Dr. H. Iskandar, M.Hum.
NIP. 197305252006041003

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimitri Khoirunnisa
NIM : 2031010
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Generasi Z Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung)” ini adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri, dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali yang secara tertulis dijadikan acuan/kutipan dalam naskah skripsi ini.

Bangka, 2024
Yang menyatakan,



10000
METER
TEMPEL
1BAMX020023876

Dimitri Khoirunnisa
2031010



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM PROGRAM
STUDI PERBANKAN SYARIAH**

Jalan Raya Petaling KM 13 Kec Mendo Barat Kab Bangka Prov. Kep Babel 33173
email: humas@iainsasbabel.ac.id / info@iainsasbabel.ac.id website www.iainsasbabel.ac.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Saudara/i

Kepada Yth
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
di –
Bangka

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mencermati, dan melakukan beberapa kali bimbingan serta mengadakan perbaikan seperlunya, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan, maka Kami selaku Pembimbing proposal berpendapat bahwa skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama : Dimitri Khoirunnisa
NIM : 2031010
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menabung Generasi Z di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung)

telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung untuk memenuhi salah satu dari syarat memperoleh gelar sarjana S1. Harapan kami, semoga dalam waktu dekat Skripsi ini dapat diujikan Skripsikan.

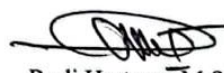
Demikian dan harap maklum. Atas segala perhatiannya diucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Dr. Tinggal Purwanto, M.S.I
NIP. 198102022009011013

Bangka,
Pembimbing II


Rudi Hartono, M.S.I
NIP. 198508172023211027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Raya Petaling Km. 13 Kec. Mendo Barat, Kab. Bangka, Prov. Kep. Babel, 33173

email: stainbangkabelitung@kemenag.go.id, stain32_sasbabel@yahoo.co.id website: www.stainbabel.ac.id

NOTA DINAS PENGUJI

Hal: Skripsi

Saudari Dimitri Khoirunnisa

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
di-

Bangka

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan beberapa kali konsultasi dan mencermati hasil perbaikan, maka kami selaku Penguji berpendapat bahwa skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Dimitri Khoirunnisa

Nim : 2031010

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Minat Menabung Generasi Z di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung)

Telah layak diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung guna memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Demikian dan harap maklum. Atas segala perhatiannya diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr,Wb.

Bangka, Maret 2025

Penguji I

Dr. Wulpiyah, M.Ag

NIP. 197406242006042002

Penguji II

Feby Ayu Amalia, M. H.

NIP. 199402212019032019



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG
Jalan Raya Petaling Km.13 Kec. Mendo Barat, Kab. Bangka, Prov. Kep. Bangka Belitung
E-Mail: humas@iainsasbabel.ac.id
Website: www.iainsasbabel.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: B - 24 In.40/B11/FS/PP.00.9/03/2025

Skripsi dengan judul : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Word of Mouth* terhadap Minat Menabung Generasi Z di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung).

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Dimitri Khoirunnisa
N I M : 2031010
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

DEWAN SIDANG MUNAQASYAH

1. Dekan,
Dr. H. Iskandar, M.Hum.
NIP. 197305252006041003
2. Ketua Program Studi,
Feby Ayu Amalia, M.H.
NIP. 199402212019032019
3. Penguji I,
Dr. Wulpiah, M.Ag.
NIP. 197406242006042002
4. Penguji II,
Feby Ayu Amalia, M.H.
NIP. 199402212019032019



telah dimunafiqahkan pada hari: Selasa, 21 Januari 2025, dengan nilai A (86,30) dan dinyatakan sah serta diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S.E.

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yg lain)”

(QS. Al-Insyirah: 6-7)

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Mimpi yang besar melibatkan risiko yang besar, ambil risiko itu dan menangkan”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohiim

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-nya yang telah dilimpahkan kepada saya sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia akan saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya. Ibunda Maruyati dan Ayahanda Dwi Purnomo. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin, sehingga saya bisa bertahan, berjuang, dan sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan tentunya doa-doa terbaik yang tidak pernah berhenti kalian panjatkan untukku. Aku bersyukur memiliki kalian di dalam hidupku, selamanya.
2. Terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah menuntun, membimbing dan mengarahkan, menasihati, memberikan pelajaran yang begitu berharga selama saya bimbingan, serta memberikan semangat sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada kakakku tercinta, Dety Utarini dan Ditya Gita Kirana, serta adikku Diorama Al-Mujahid, yang juga menjadi alasan untuk diriku semangat dan mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas segala dukungan materi maupun moral beserta doa-doa baik yang selalu kalian berikan kepadaku.

4. Kepada Sahabat-sahabatku terkasih, Nia Sulistyawati, Tri Nuryanti, Wingki, Putri Riyanti, Tutik Indah Sari, Gina Anggraeni, Aldo, Raisya Ramadhani, Nurul Noviani, dan lainnya yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu. Terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus saudara yang baik, yang selalu menemani proses perkuliahanku, yang menemani saat sulit maupun senangku, keberadaan kalian sangat berarti untukku.
5. Almamaterku, kampus hijauku yang telah memberikan wadah, ilmu, pengalaman, serta keluarga baru, semoga Allah selalu menjaga nama baik kita semua.
6. Kepada Tim Nasional Sepakbola Indonesia serta Club Favoritku Real Madrid dan Manchester United, terima kasih telah menemani proses kehidupanku sekaligus mengajarkan arti dari perjuangan, rasa sabar, mengajarkan arti sebuah proses bahwa semua hal besar membutuhkan pengorbanan yang besar, selayaknya Timnas Indonesia yang sedang berjuang untuk mendapatkan satu tiket Piala Dunia, selayaknya Real Madrid yang telah meraih pencapaian 15 UCL nya, dan selayaknya Manchester United yang sedang berusaha bangkit dari keterpurukannya.

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI Z DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman
Siddik Bangka Belitung)**

Dimitri Khoirunnisa

2031010

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik
Bangka Belitung

Abstrak

Digital marketing dan *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan dalam memasarkan produk bank syariah ke nasabah. Pemasaran bank syariah melalui *digital marketing* dan *word of mouth* diharapkan dapat menarik minat generasi muda untuk menabung di bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *digital marketing* dan *word of mouth* terhadap minat menabung mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung sebagai generasi Z di bank syariah.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder, pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan observasi kepada Mahasiswa IAIN SAS Bangka Belitung tahun angkatan 2020 sampai 2021 sebanyak 1846 populasi. Menggunakan metode simple random sampling yang memperoleh 95 responden dengan pengukuran skala likert, data diperoleh melalui program SPSS Versi 30.0 dengan teknis analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung generasi Z di bank syariah dengan nilai perhitungan $t_{hitung} (-0,056) < t_{tabel} (1.661)$ dengan tingkat signifikansi $0,956 > 0,05$, jadi H_{a1} ditolak H_{01} diterima. Sedangkan *word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung generasi Z di bank syariah dengan nilai $t_{hitung} (6.025)$ sedangkan $t_{tabel} (1.661)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, jadi H_{02} ditolak H_{a2} diterima. *Digital marketing* dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung generasi Z di bank syariah $F_{hitung} (39.386) > F_{tabel} (2,36)$, jadi H_{03} ditolak H_{a3} diterima atau jika melihat nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Minat*

KATA PENGANTAR

Ahamdullilah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Sang Penguasa Segala, karena hanya dengan Rahmat dan Hidayah-Nya jualah skripsi ini bisa diselesaikan. Demikian pula shalawat dan salam teruntuk Junjungan Besar Nabi Muhammad Saw beserta para Sahabatnya, yang telah membuka tabir jahiliyah sehingga terbentang jalan kebenaran yang terang, sebagai jalan keselamatan bagi umat manusia, semoga Nur yang terpancarkan tidak redup diterpa perkembangan zaman.

Penulisan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang pengaruh *digital marketing* dan *word of mouth* terhadap minat menabung generasi Z di bank syariah. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Irawan, M.S.I, selaku Rektor IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, beserta para staf.
2. Bapak Dr. H. Iskandar, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syaikh Abdurrahman siddik Bangka Belitung.
3. Bapak Dr. Tinggal Purwanto, M.S.I, selaku Pembimbing I yang telah membimbing saya dengan sangat baik.
4. Bapak Rudi Hartono, M.S.I, selaku Penasehat Akademik sekaligus Pembimbing II yang telah membimbing saya dengan sangat baik.
5. Seluruh dosen IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung

6. Keluarga terutama ibu, ayah, kakak dan adik saya yang selalu *men-support* serta teman-teman dan sahabat-sahabat saya yang telah membantu proses skripsi ini.

Demikianlah skripsi ini adanya, banyak kekurangan di sana-sini. Namun terlepas dari berbagai kelemahan dan kekurangan, besar harapan penulis, skripsi ini bisa bermanfaat. Akhirnya, saran dan kritik yang membangun penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini.

Bangka, 2024



Dimitri Khoirunnisa
NIM. 2031010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
NOTA DINAS PENGUJI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan dan Pembatasan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan dengan Variabel.....	11
B. Hubungan Antar Variabel	16
C. Kerangka Pikir Penelitian	19
D. Landasan Teoritis	20
E. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Data dan Jenis Data.....	37

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	38
D. Definisi Operasional Variabel.....	40
E. Desain dan Model Penelitian	41
F. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.....	42
G. Teknik Pengumpulan Data.....	45
H. Validitas dan Reliabilitas	47
I. Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	55
1. Deskripsi Subjek.....	55
2. Uji Validitas.....	79
3. Uji Realibilitas.....	81
4. Uji Asumsi Klasik.....	82
a. Uji Normalitas.....	82
b. Uji Multikolinearitas.....	83
c. Uji Heterokedastisitas.....	84
5. Uji Regresi Linear Berganda.....	85
6. Uji Hipotesis.....	87
a. Uji Parsial (t)	87
b. Uji Simultan (F)	89
c. Uji Determinasi (R^2)	90
B. Pembahasan.....	91

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA.....100

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel III. 2 Alat Ukur Penelitian.....	47
Tabel IV. 1 Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel IV. 2 Tahun Angkatan Responden.....	56
Tabel IV. 3 Fakultas Responden	56
Tabel IV. 4 Prodi Responden.....	57
Tabel IV. 5 Deskripsi Tentang <i>Content Marketing</i> Bank Syariah.....	59
Tabel IV. 6 Deskripsi Tentang Konten Pemasaran Bank Syariah Sesuai Trend ..	60
Tabel IV. 7 Deskripsi Tentang Pemasaran Bank Syariah Melalui Media Sosial..	61
Tabel IV. 8 Deskripsi Tentang Respon Pemasaran Bank Syariah Di Media Sosial	62
Tabel IV. 9 Deskripsi Tentang Pemasaran Bank Syariah Melalui Influencer	63
Tabel IV. 10 Deskripsi tentang Kemampuan Influencer Dalam Meyakinkan Calon Nasabah	64
Tabel IV. 11 Deskripsi Tentang Kemudahan Mencari Informasi Produk Bank Syariah	65
Tabel IV. 12 Deskripsi Tentang Informasi Menarik Produk Bank Syariah.....	65
Tabel IV. 13 Deskripsi Tentang Pengalaman Positif Mengenai Bank Syariah	67
Tabel IV. 14 Deskripsi Tentang Keyakinan Terhadap Pengalaman Orang Lain..	68
Tabel IV. 15 Deskripsi Tentang Kualitas Produk Bank Syariah	69
Tabel IV. 16 Deskripsi Tentang Keunggulan Produk Bank Syariah	69
Tabel IV. 17 Deskripsi Tentang Informasi Bank Syariah Dari teman, Keluarga, dan Saudara	71

Tabel IV. 18 Deskripsi Tentang Rekomendasi Menggunakan Produk Bank Syariah

72

Tabel IV. 19 Deskripsi Tentang Bank Syariah Memiliki Lokasi Strategis dan Pelayanan Yang Sopan 73

Tabel IV. 20 Deskripsi Tentang Menyampaikan Informasi Tentang Bank Syariah74

Tabel IV. 21 Deskripsi Tentang Bank Syariah Sebagai Alat Untuk Menabung... 75

Tabel IV. 22 Deskripsi Tentang Bank Syariah Untuk Memudahkan Dalam Bertransaksi 75

Tabel IV. 23 Deskripsi Tentang Informasi Bank Syariah Dari Keluarga dan Teman-teman 77

Tabel IV. 24 Deskripsi Tentang Mencari Informasi Positif Untuk Meyakinkan Diri 78

Tabel IV. 25 Hasil Uji Validitas 80

Tabel IV. 26 Hasil Uji Reliabilitas..... 81

Tabel IV. 27 Multikolinearitas 83

Tabel IV. 28 Autokorelasi..... 84

Tabel IV. 29 Regresi Linear Berganda 86

Tabel IV. 30 Uji t 88

Tabel IV. 31 Uji F 89

Tabel IV. 32 Koefesien Determinasi..... 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Jumlah Generasi Z di Indonesia.....	5
Gambar II.1 Model Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar III.1 Desain Penelitian.....	41
Gambar IV.1 P-Plot.....	82
Gambar IV.2 Heteroskedastisitas.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. SK Pembimbing
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 4. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 6. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 7. Hasil Output SPSS
- Lampiran 8. Tabel r
- Lampiran 9. Tabel t
- Lampiran 10. Tabel F
- Lampiran 11. Tabel Durbin Watson (DW)
- Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup