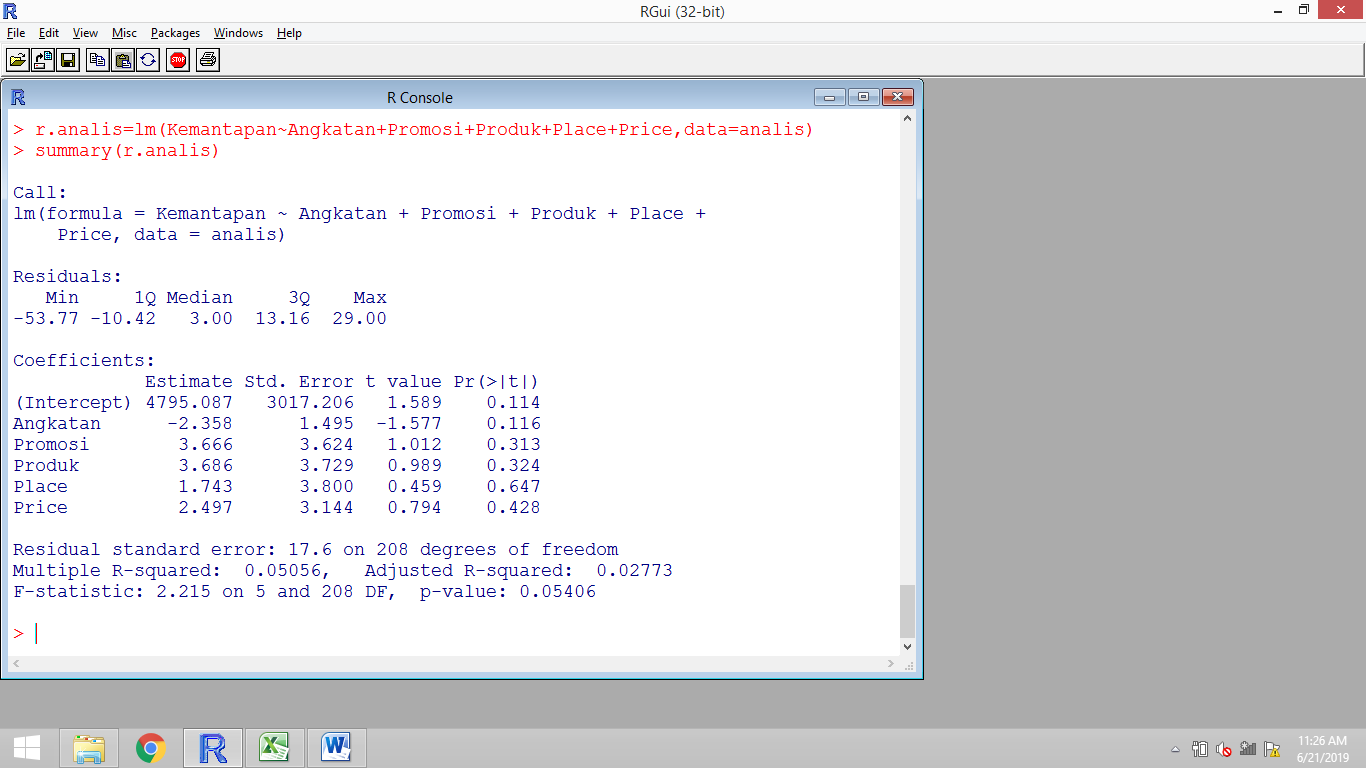
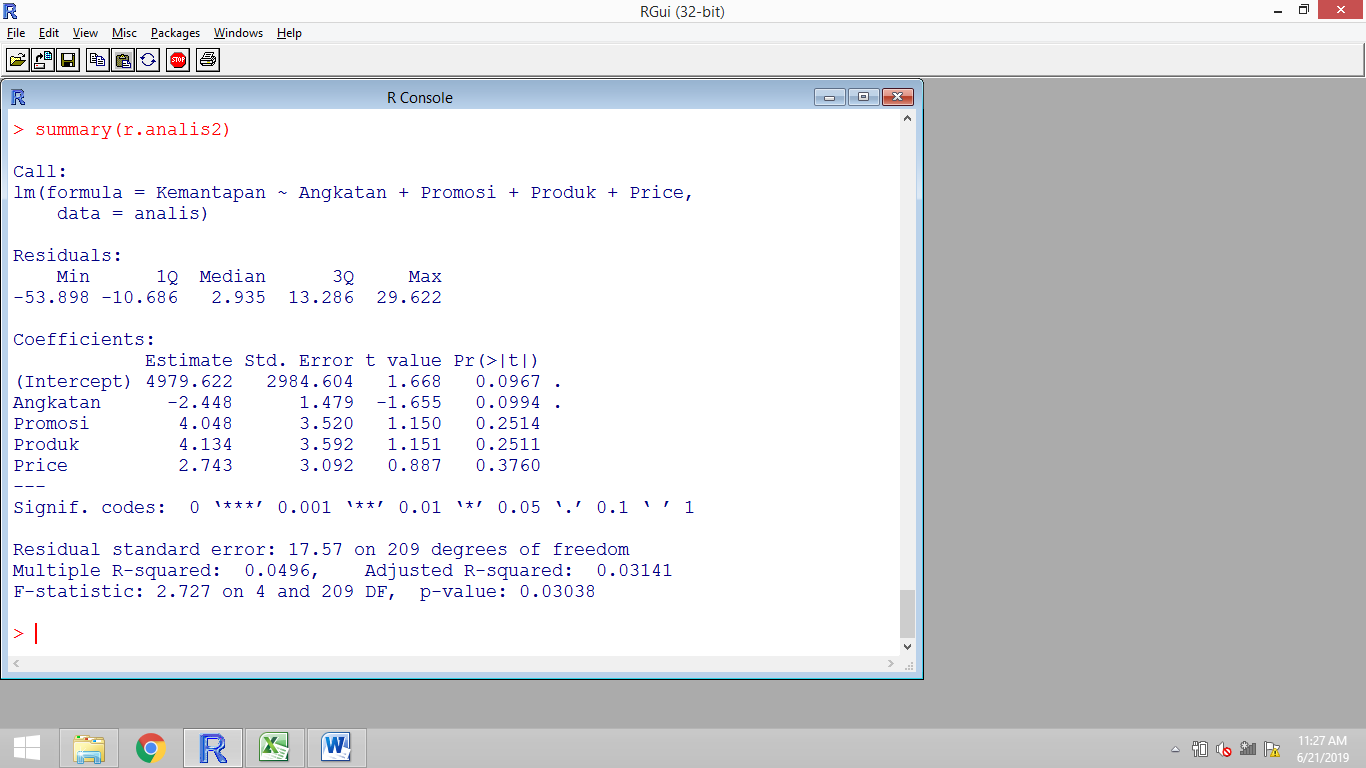
**Analis Kimia**

Model 1



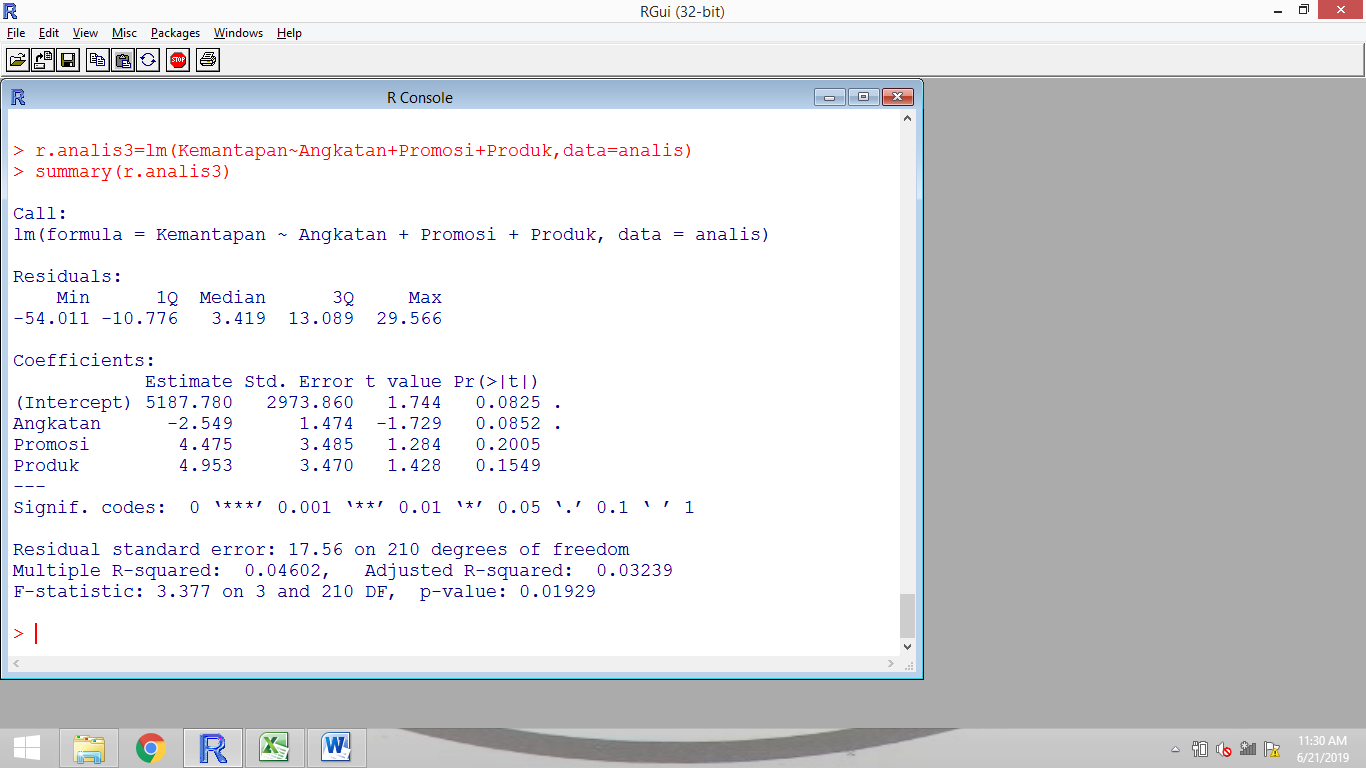
Secara bersama-sama, tidak ada yang secara signifikan mempengaruhi Kemantapan mahasiswa.

Model 2



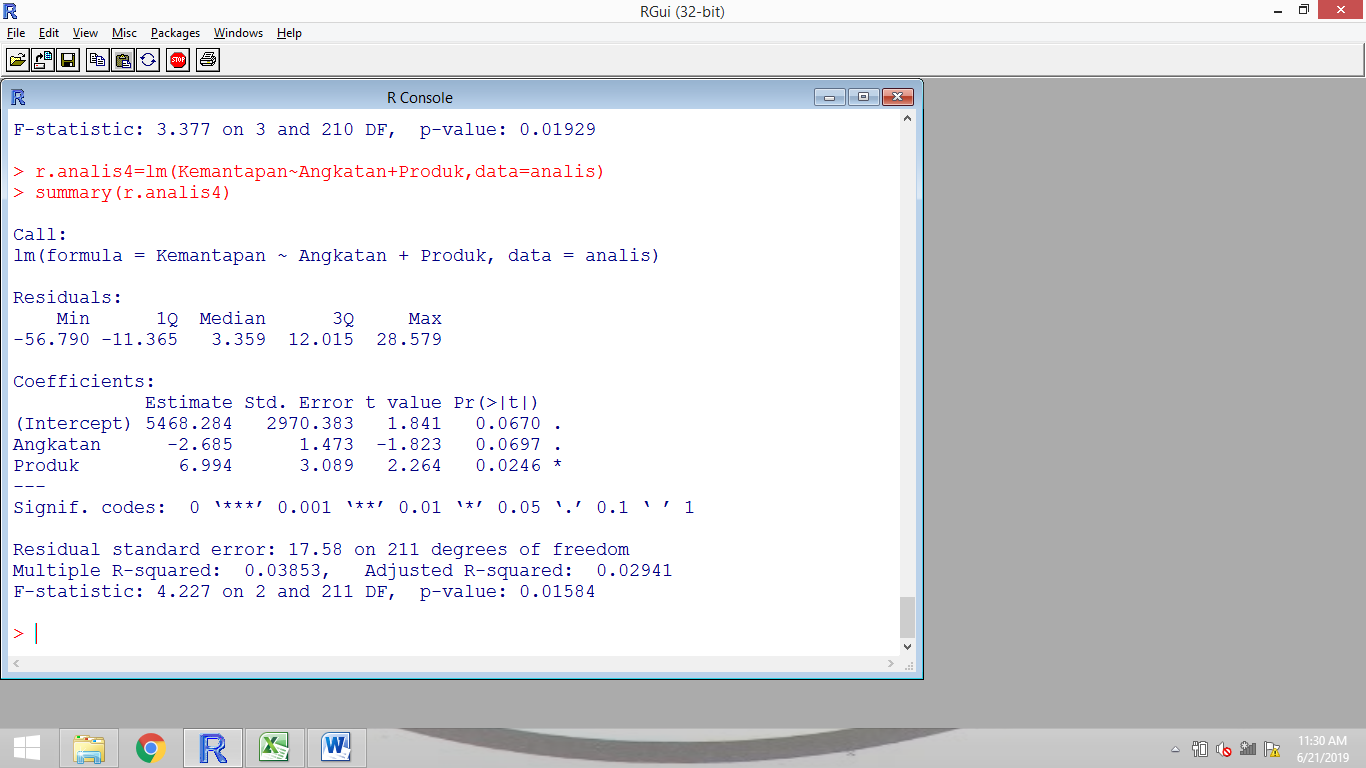
Jika digunakan tingkat kesalahan 10%, angkatan mempengaruhi kemantapan. Ada kecenderungan angkatan yang lebih muda memiliki angka kemantapan yang lebih rendah.

Model 3



Idem

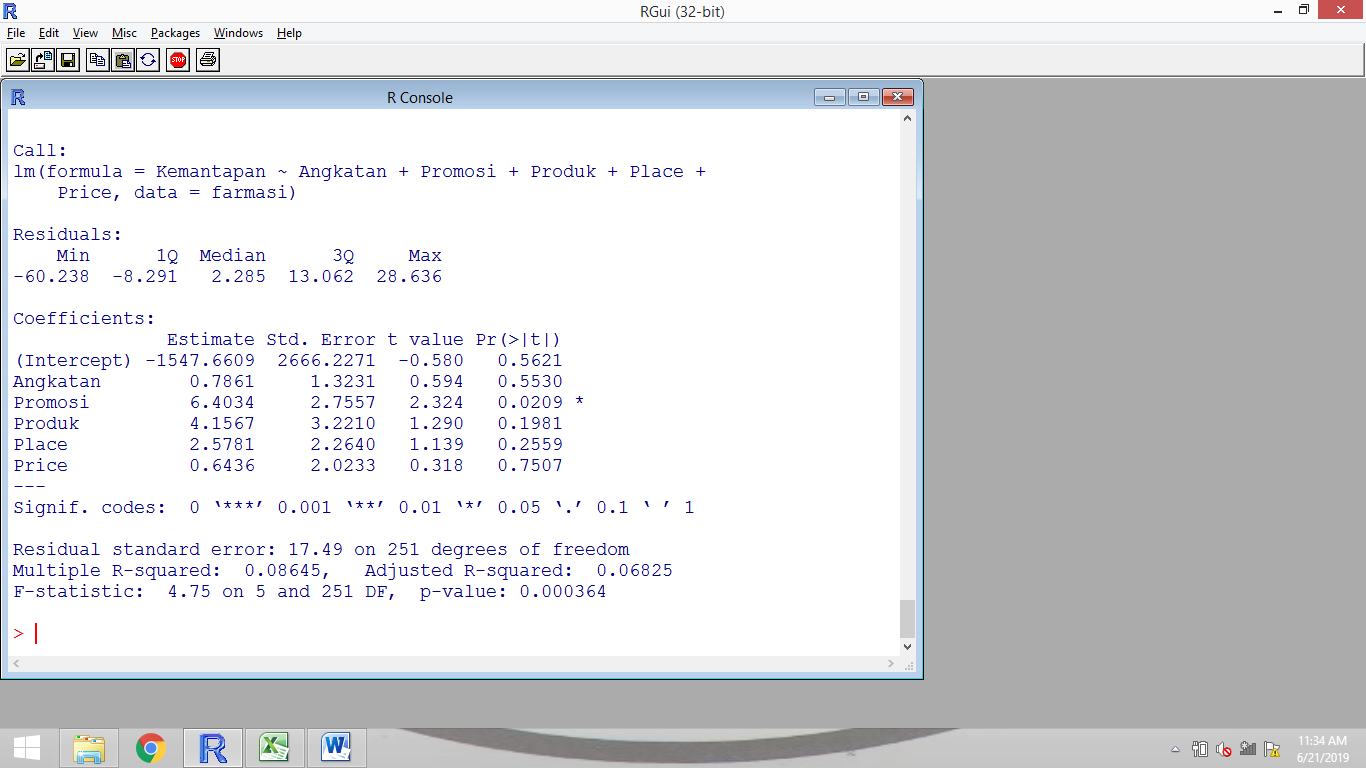
Model 4



Angkatan dan Produk berpengaruh secara signifikan. Kemantapan mahasiswa akan meningkat seiring dengan kualitas produk yang meningkat. Kebaikan kualitas produk ditunjukkan dengan skor kepuasan terhadap produknya.

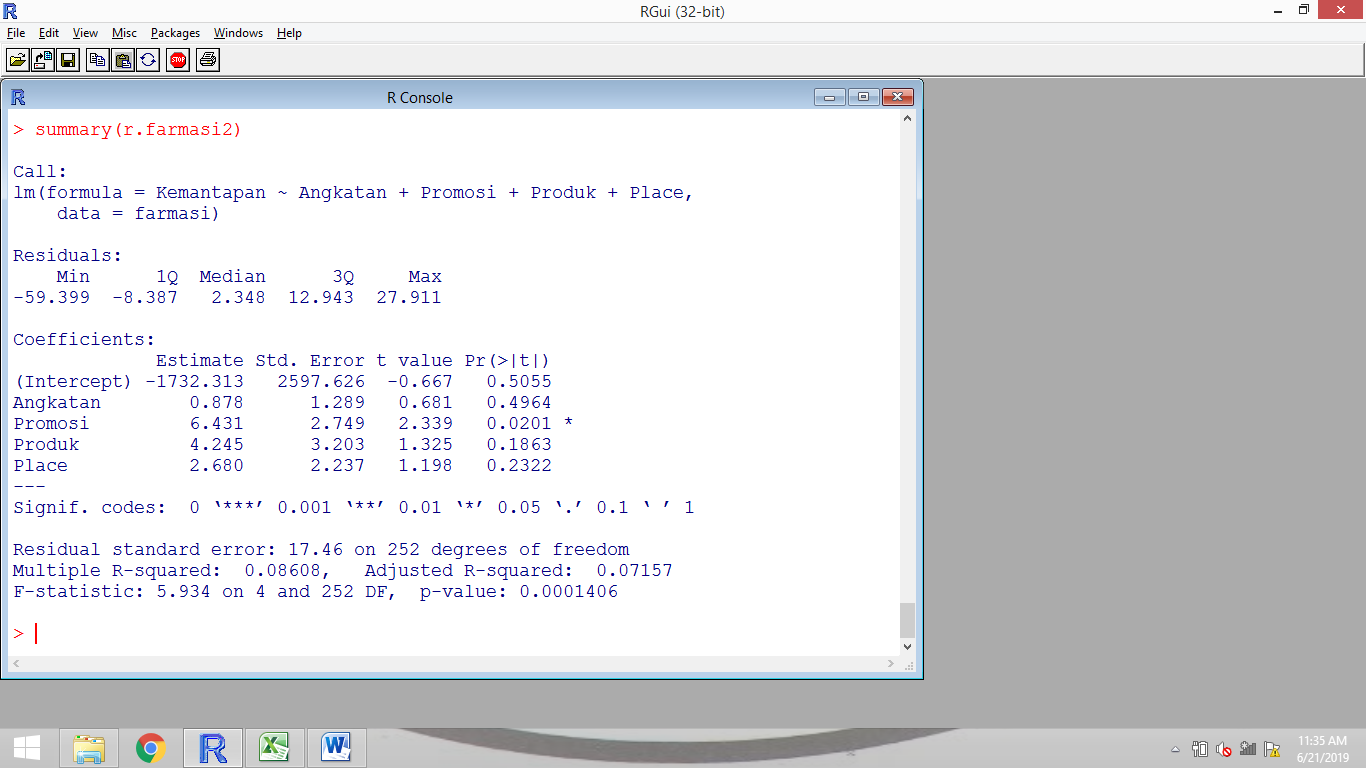
**Farmasi**

Model 1



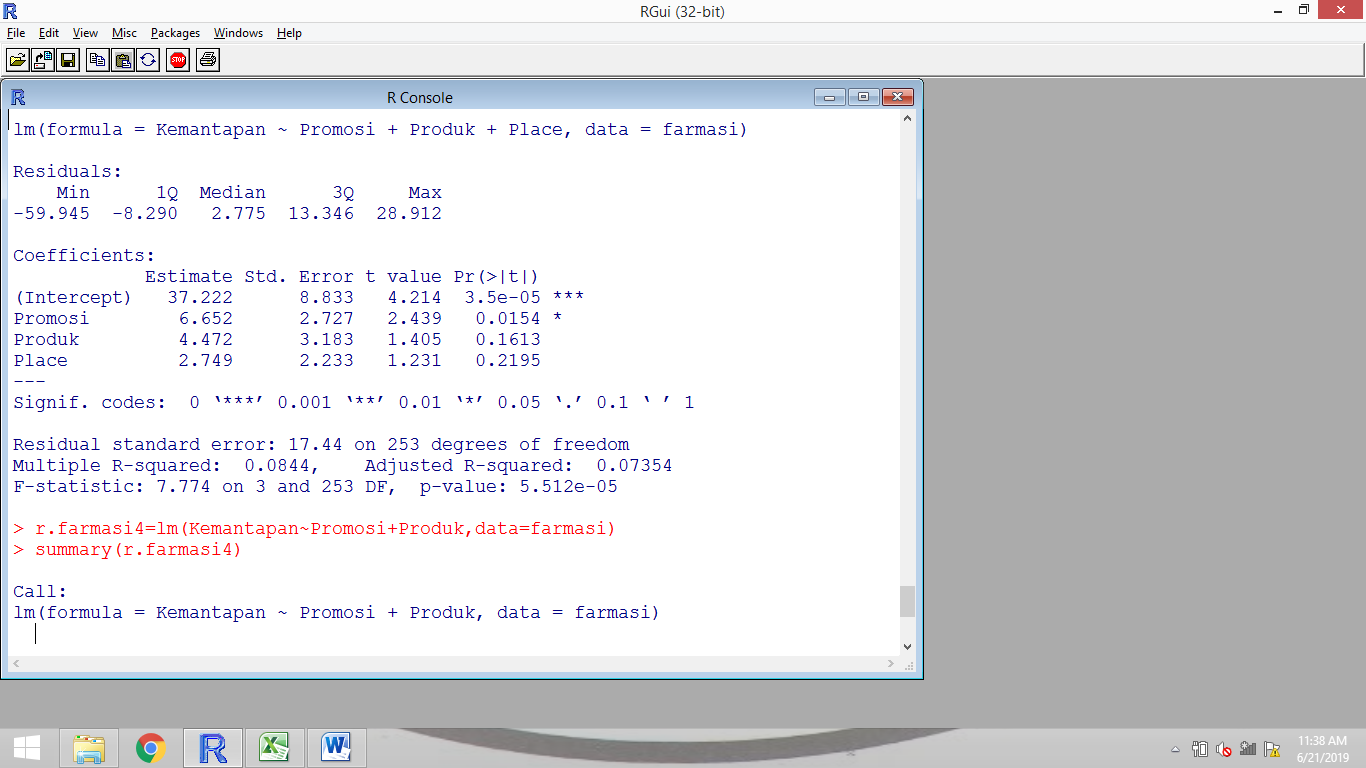
Promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemantapan mahasiswa.

Model 2



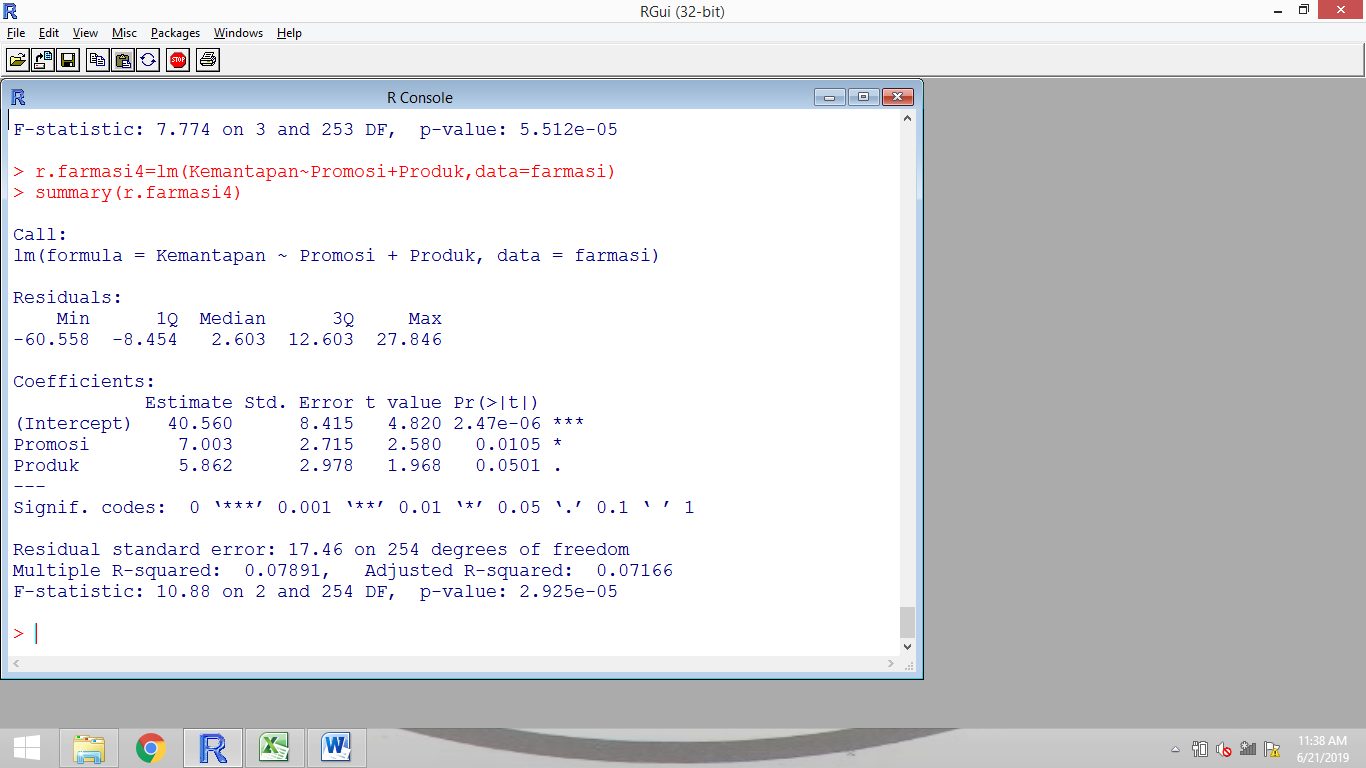
Idem

Model 3



Idem

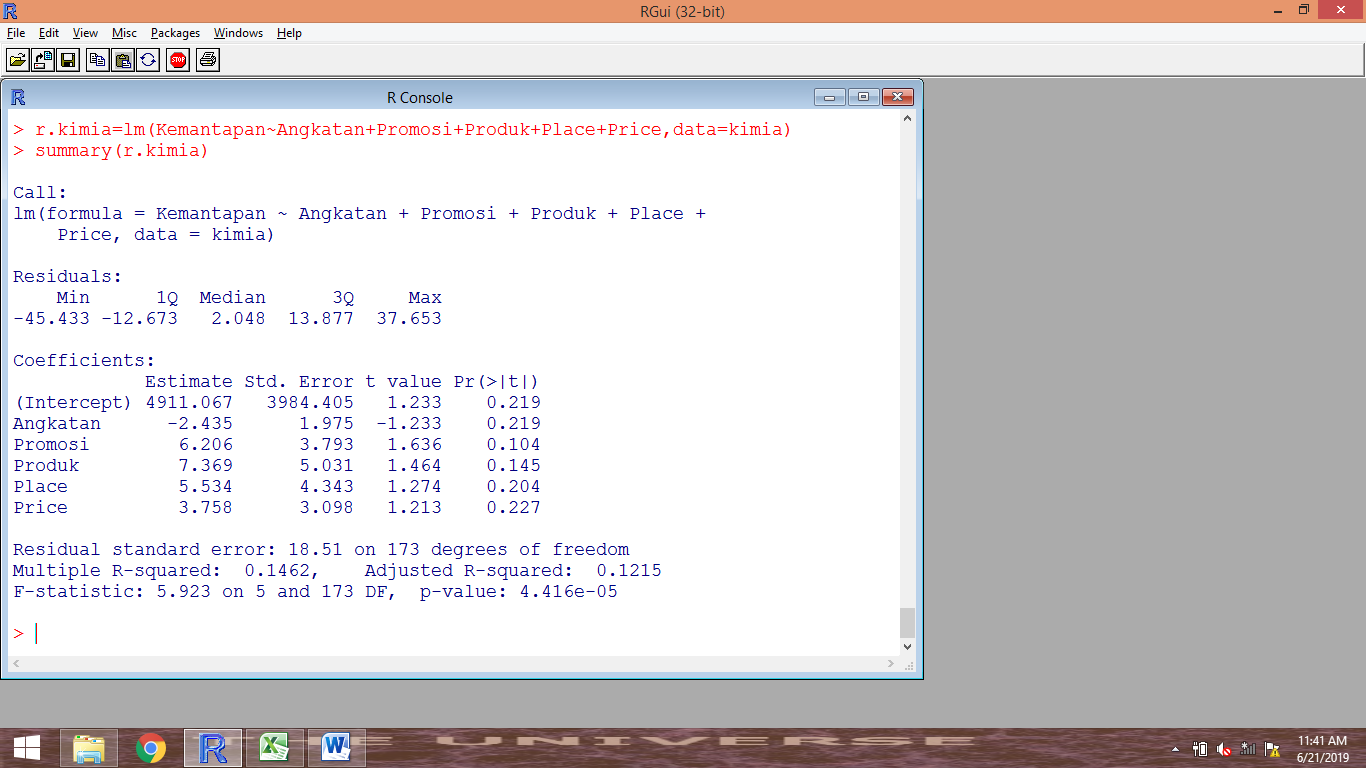
Model 4



Promosi dan Produk berpengaruh positif terhadap kemantapan mahasiswa.

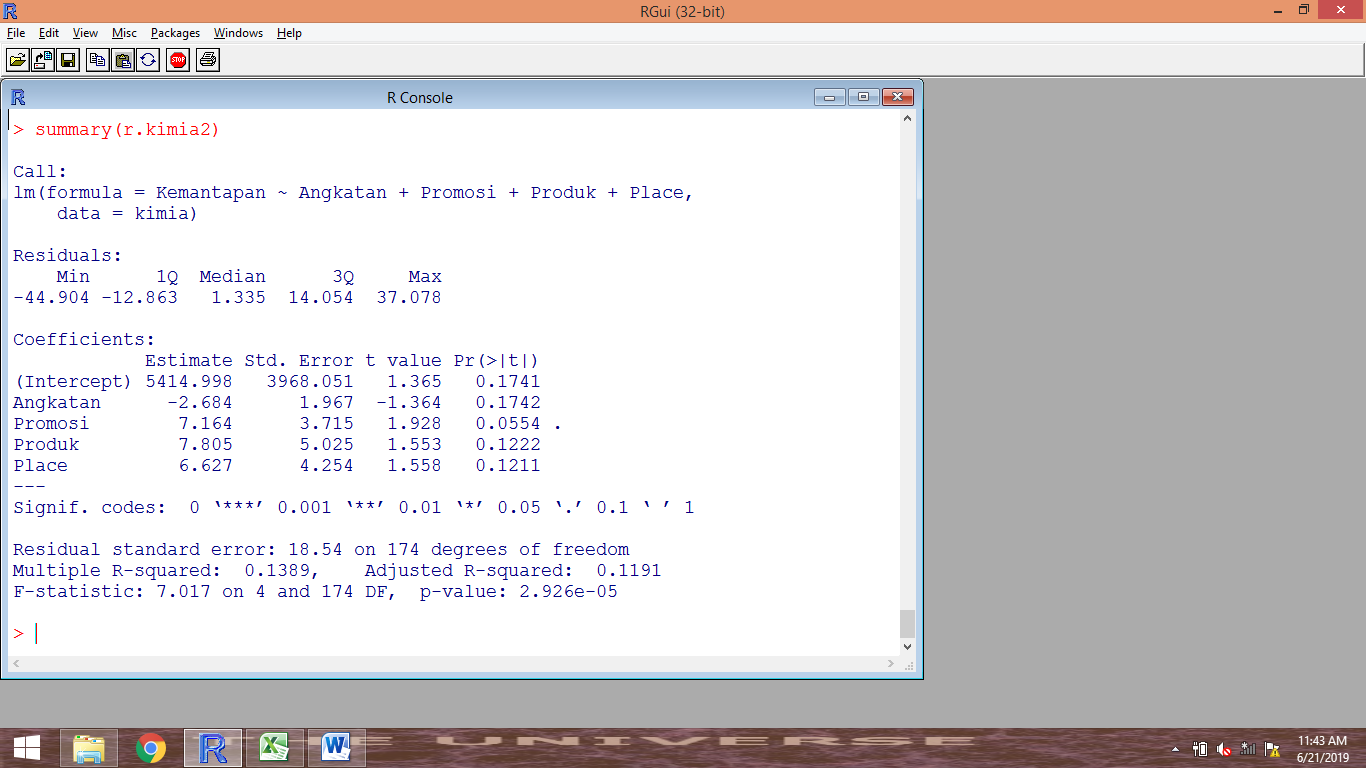
**Kimia**

Model 1



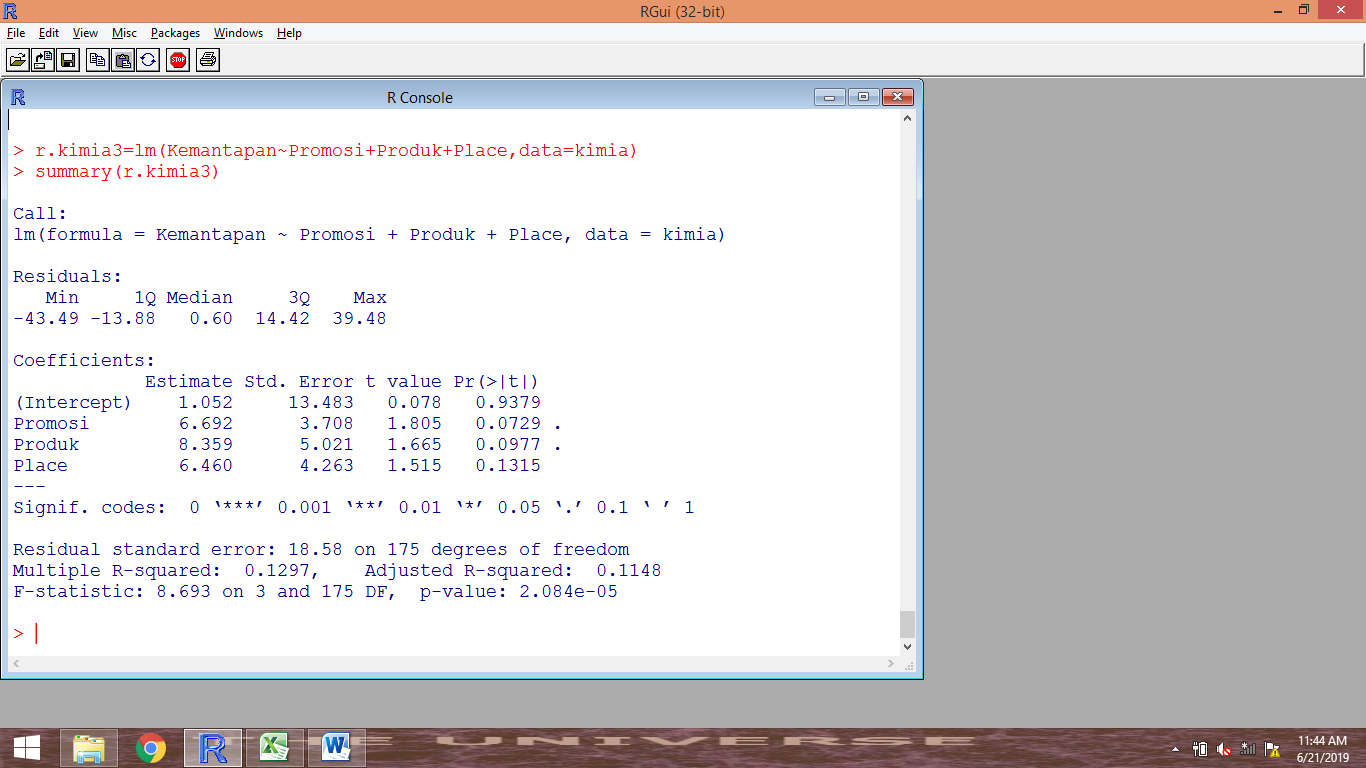
Tidak ada yang signifikan berpengaruh.

Model 2



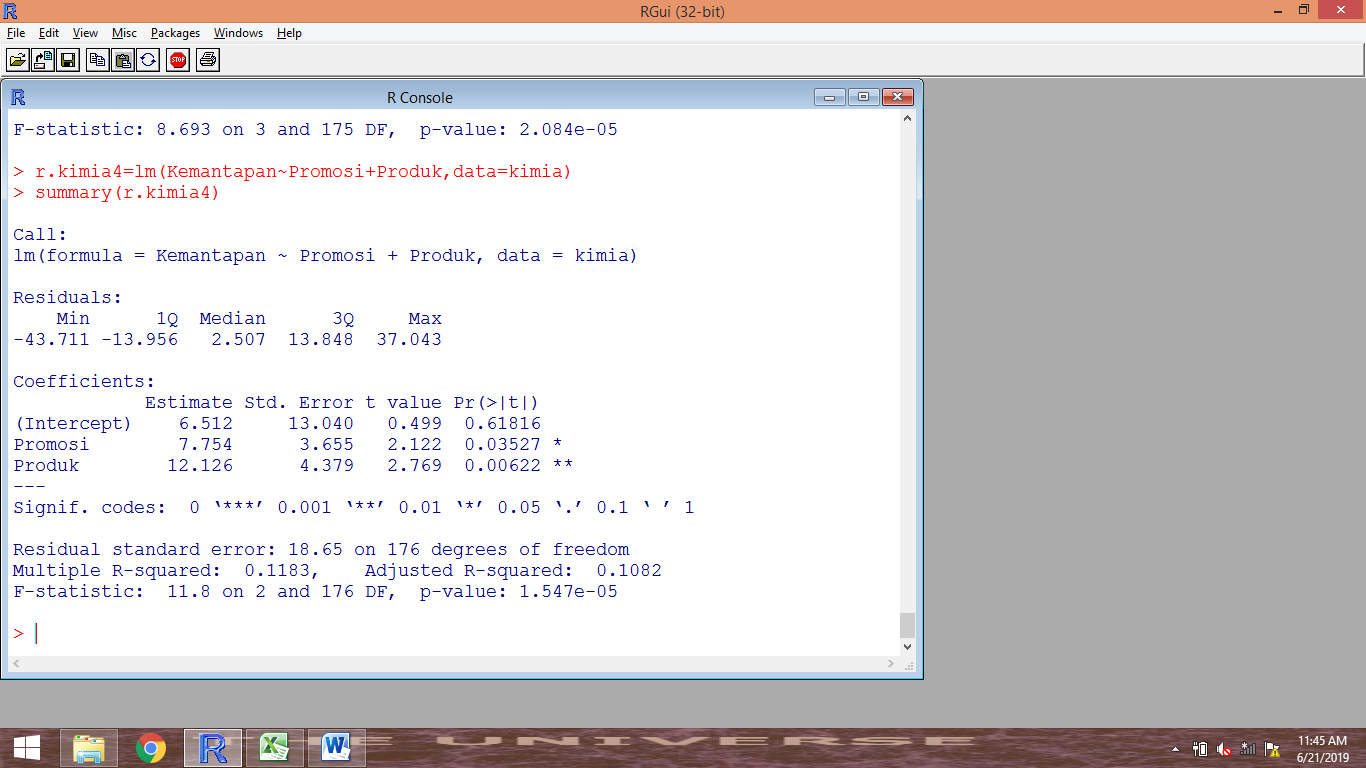
Untuk tingkat kesalahan 10%, promosi berpengaruh secara signifikan.

Model 3



Promosi dan Produk Signifikan

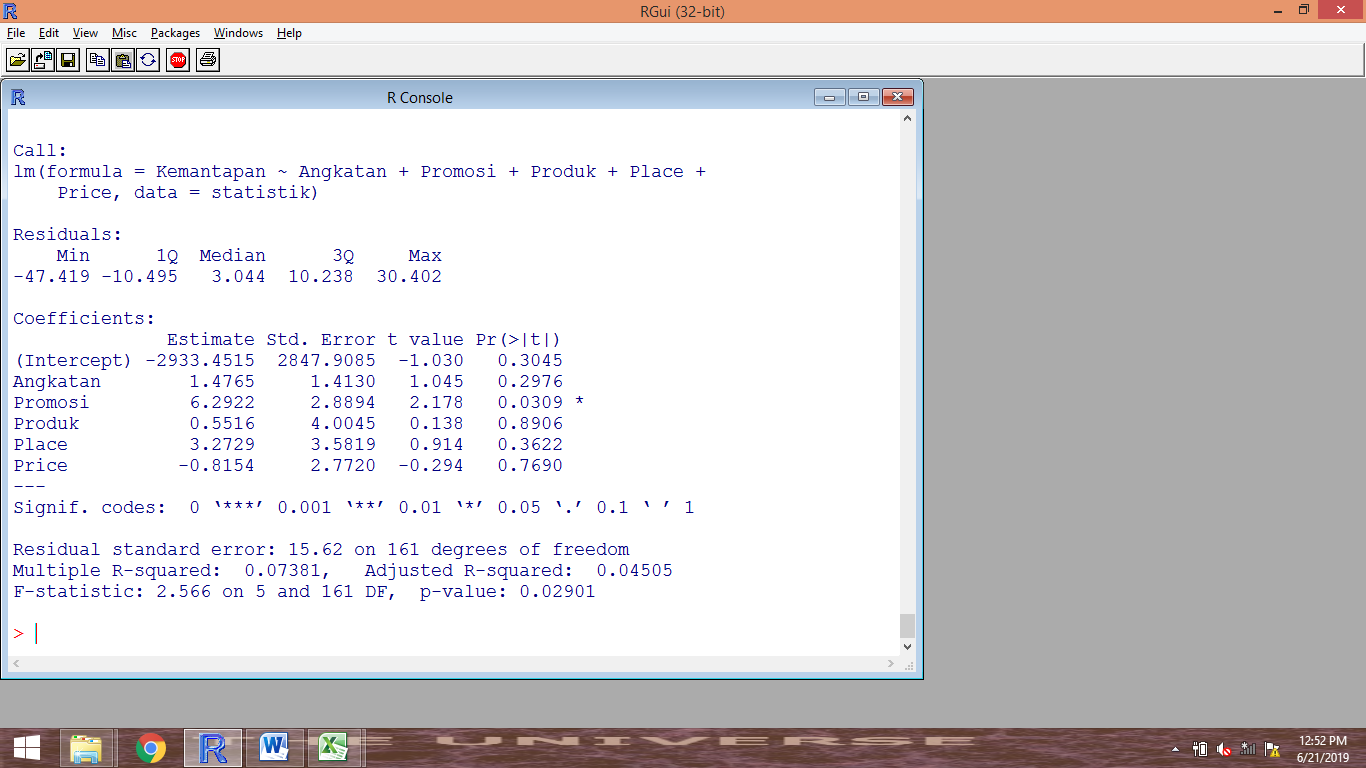
Model 4



Promosi dan Produk mempengaruhi kemantapan

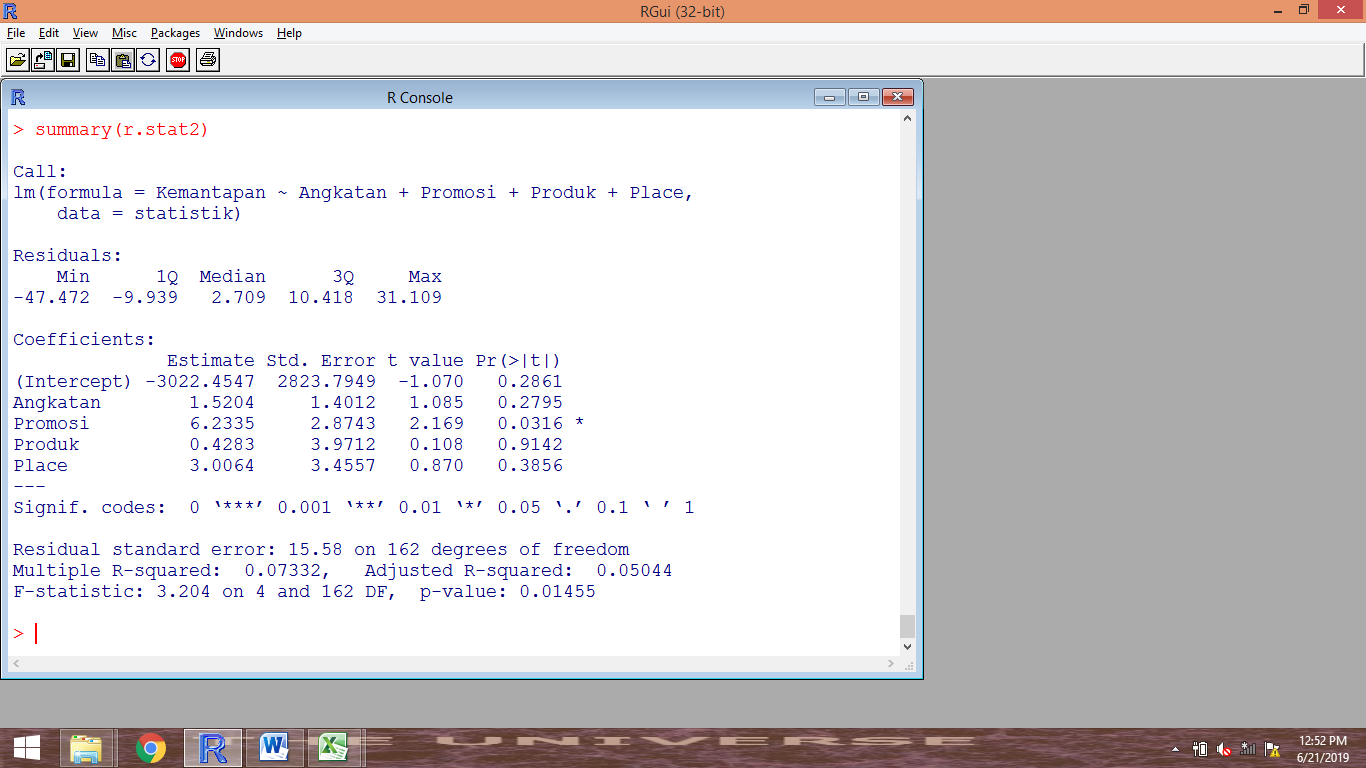
**Statistika**

Model 1



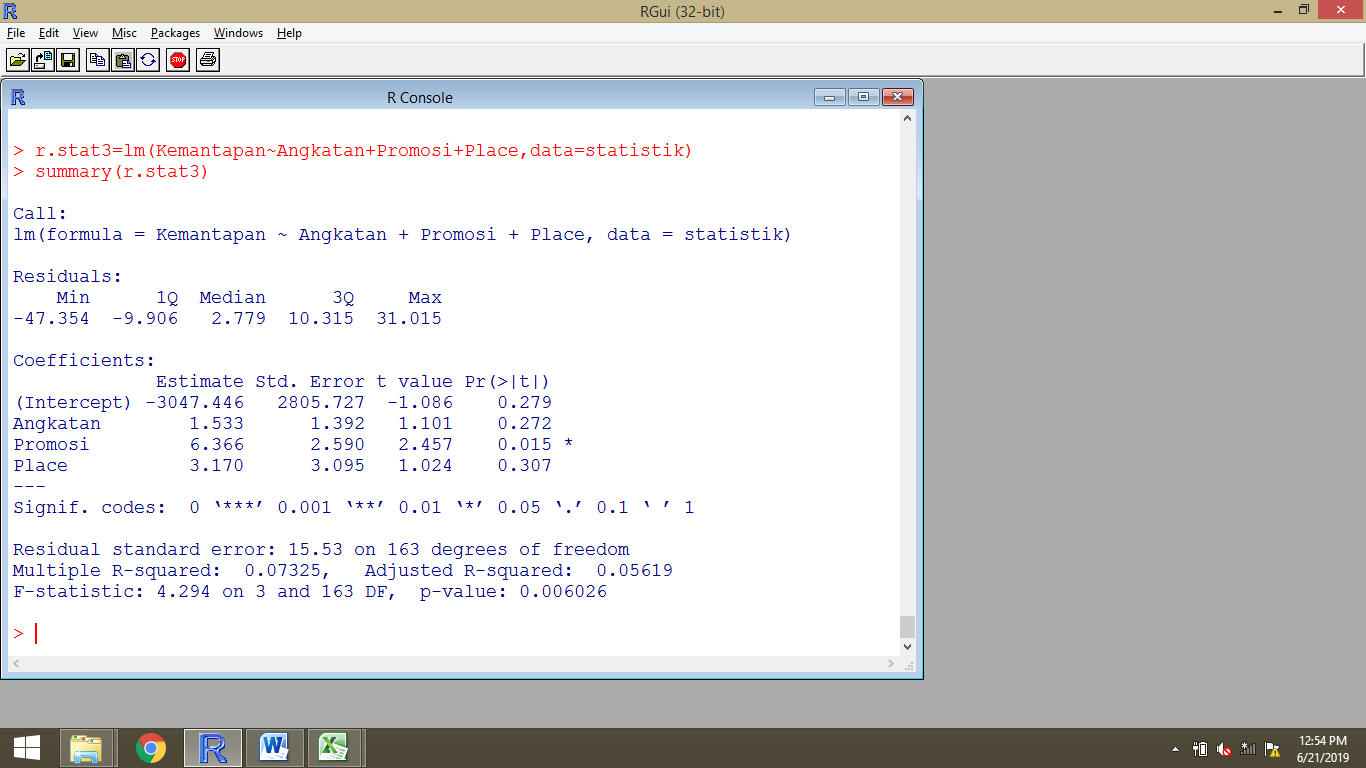
Promosi yang paling signifikan

Model 2



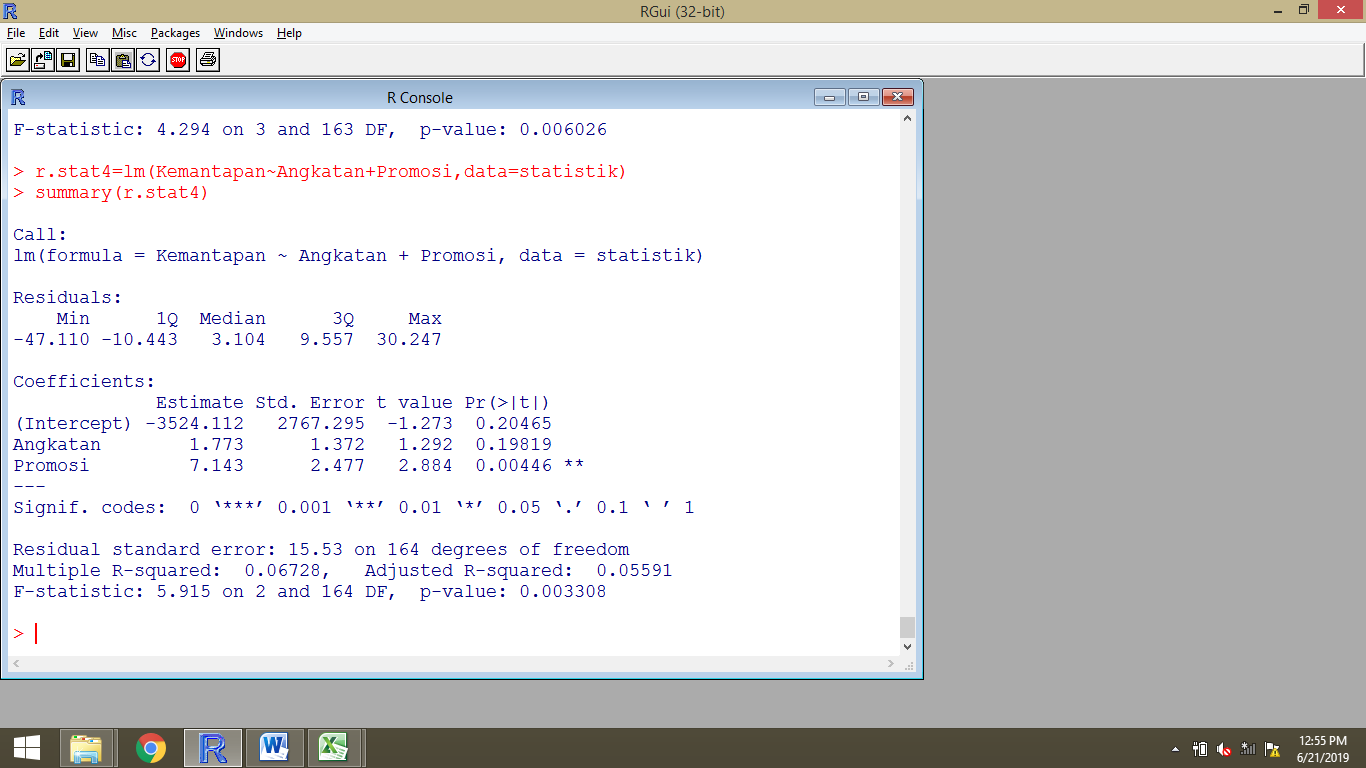
Idem

Model 3

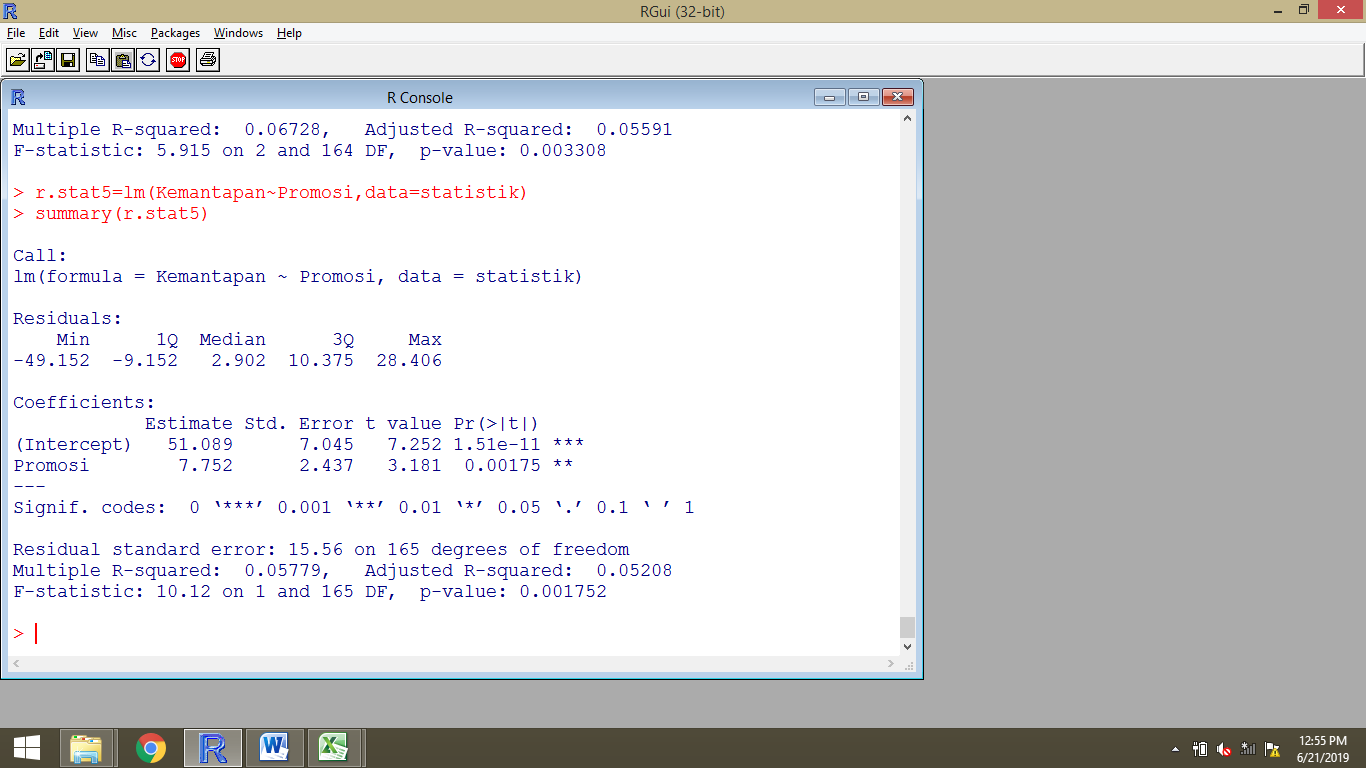


Idem

Model 4



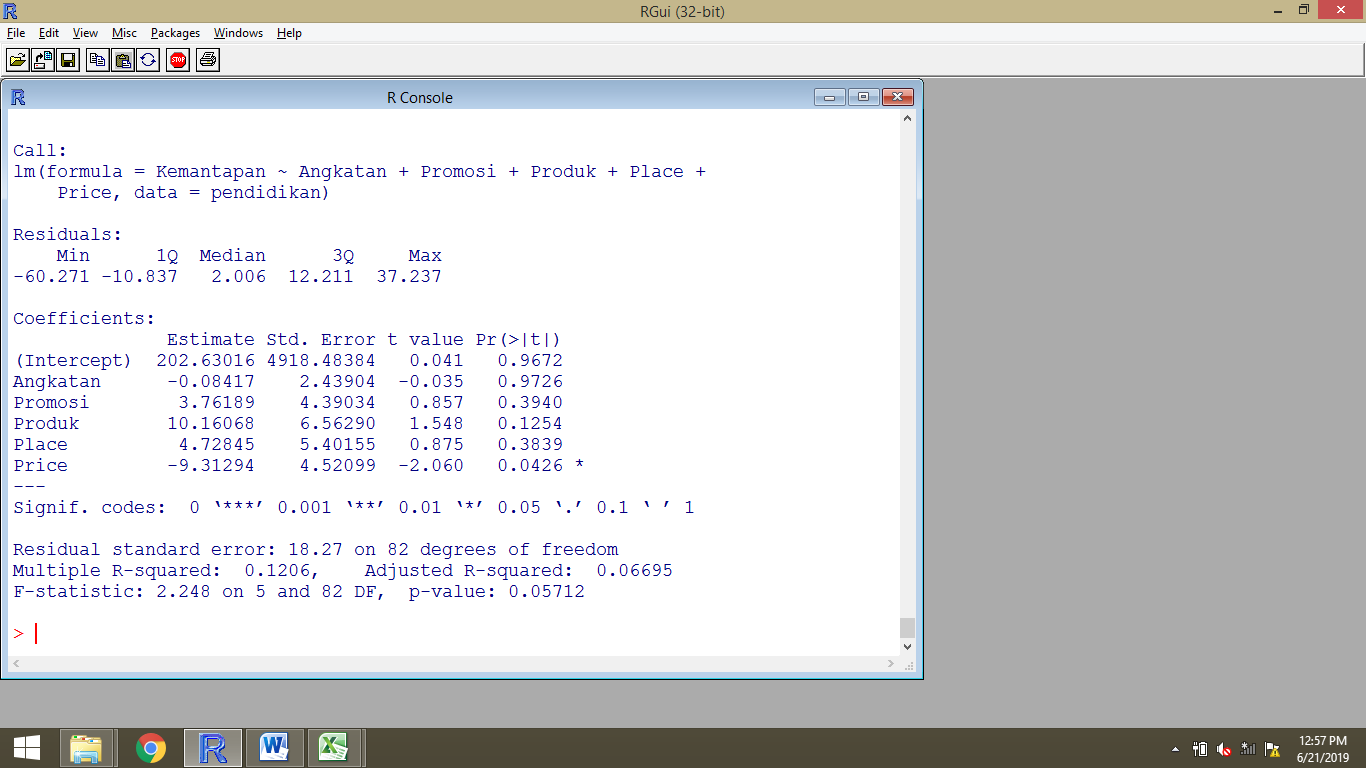
Model 5



Promosinya sangat signifikan

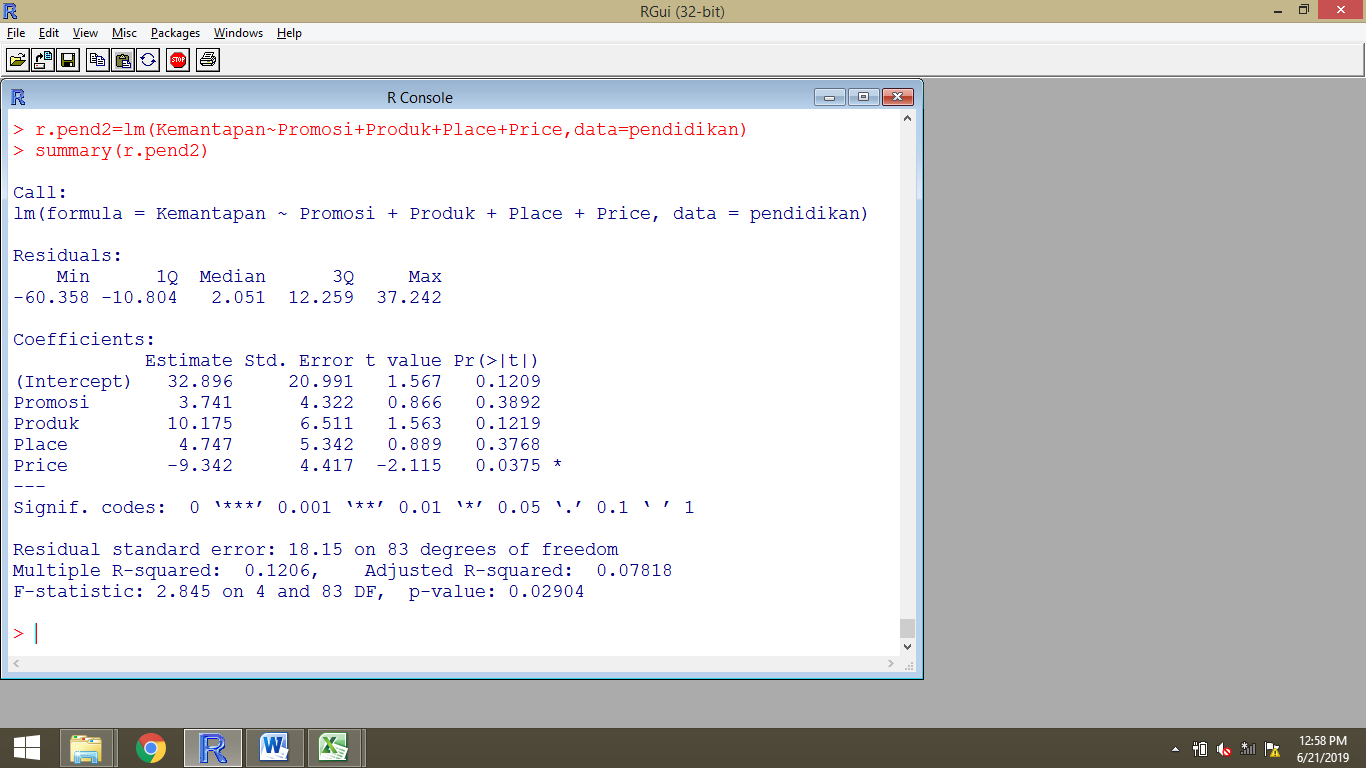
**Pendidikan Kimia**

Model 1



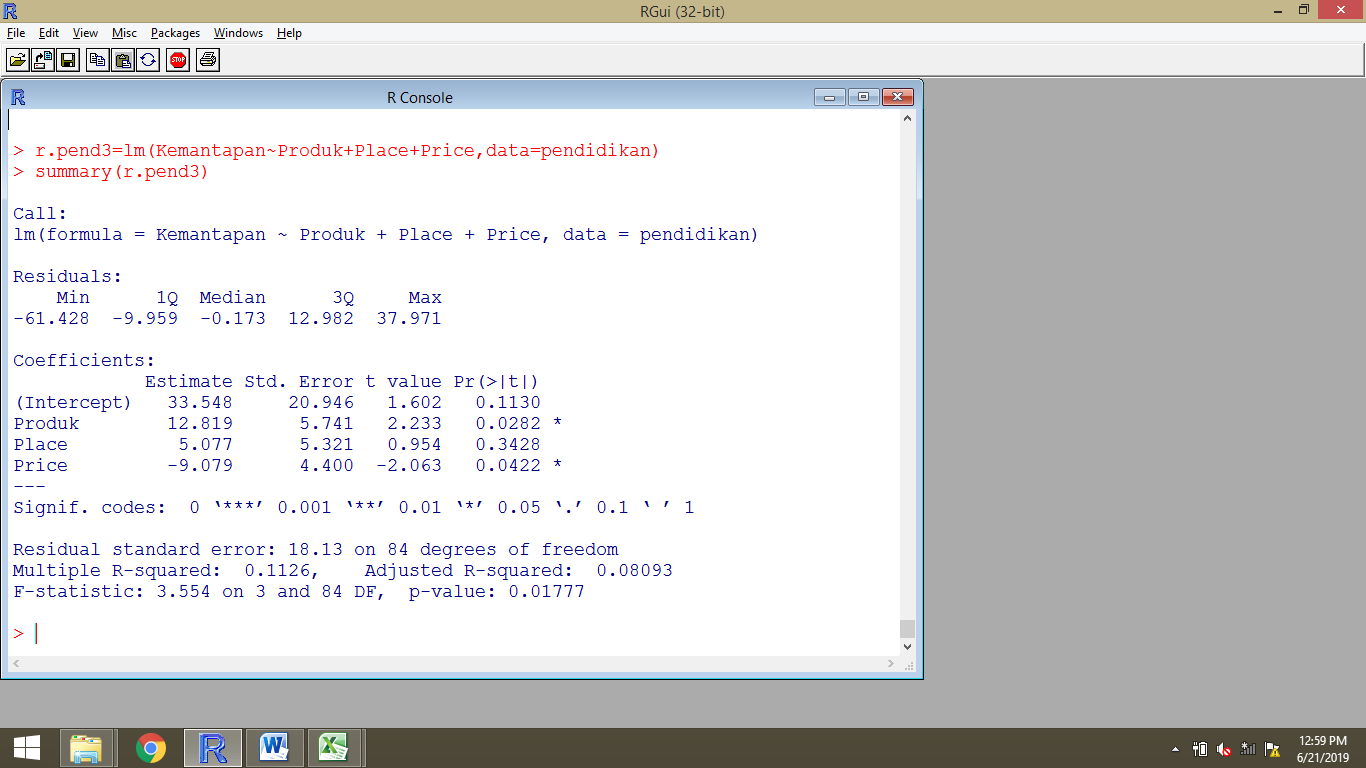
Harga yang paling signifikan mempengaruhi kemantapan secara negatif. Bisa jadi harganya terlalu tinggi.

Model 2



Idem

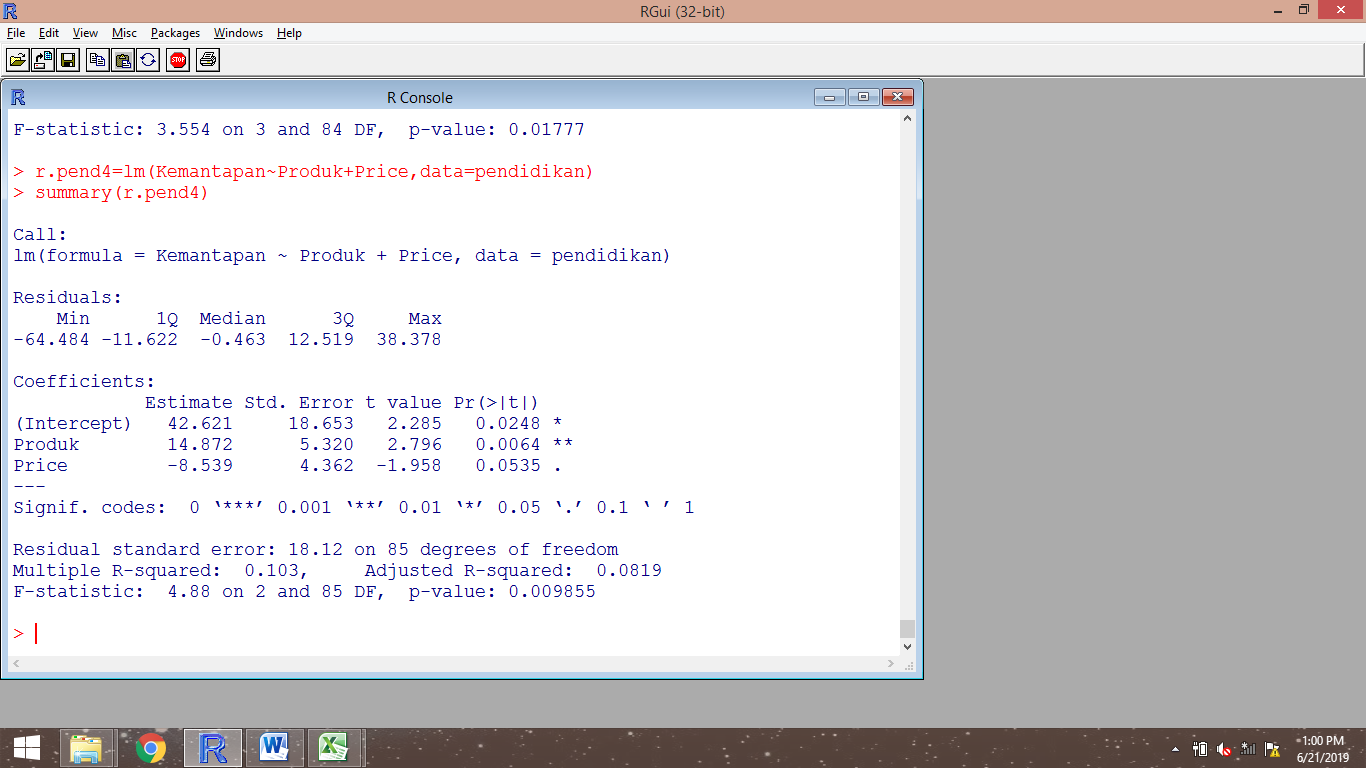
Model 3



Produk berpengaruh signifikan positif

Harga berpengaruh signifikan negatif

Model 4

 idem