

**SKRIPSI**

**PENGARUH DESIGN PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK  
MUSIK K-POP DI SURABAYA**



**OLEH :**

**HAYU PANGASTUTI**

**NBI : 1211800166**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK  
MUSIK K-POP DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

**Oleh :**

**Hayu pangastuti**  
**NBI : 1211800166**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Hayu Pangastuti  
Nbi : 1211800166  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *design* produk dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian album fisik musik k-pop di surabaya.

Surabaya, 27 Juni 2022

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing



Dr. Abdul Halik., M.M.

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada tanggal 08 Juli 2022.

### TIM PENGUJI

Ketua

1. Dr. Abdul Halik., M.M.



2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM

- Anggota

3. Drs. Ec. Rudy Santoso ,MM

- Anggota

Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
D e k a n ,

**Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA**  
**NPP : 20220.93.0319**

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama lengkap (KTP) : Hayu Pangastuti
2. NBI : 1211800116
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 1211800166
6. Alamat rumah (KTP) : Tempel Sukorejo 1/129

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**”PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK MUSIK K-POP DI SURABAYA”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

**Surabaya, 8 Juli 2022**

**Yang membuat,  
Materai (10000)**

**(Hayu Pangastuti)**



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031.593 1800 (ex.311)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai aktivis akademik universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hayu Pangastuti  
NBI : 1211800166  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prpgram Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberi kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul : **"PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK MUSIK K-POP DI SURABAYA"** Dengan ***Hak Bebas Royalty Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media untuk memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Pada  
Tanggal :

Yang Menyatakan  
Materai Rp 10000

(Hayu Pangastuti)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia, dan nikmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Musik Fisik K-Pop Di Surabaya”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Abdul Halik., M.M. selaku dosen pembimbing yang bersedia memeluangkan waktu, tenaga, pikiran, dalam memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945.
4. Dr. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan juga selaku dosen wali saya selama perkuliahan Program Sarjana. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian. Terima kasih juga karena telah membantu kelancaran proses perkuliahan saya.

5. Dr. Abdul Halik.,M.M selaku ketua penguji, Drs. Ec. Sigit Santoso, MM, dan Dr. Ec. Rudi Santoso,MM. Selaku penguji, dalam siding skripsi, yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga siding skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
6. Seluruh dosen dan staf Sekretariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universita 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada kedua orangtua atas kerja keras selama ini, terima kasih tetap berjuang dan berkorban untuk membuatku bisa mengejar ilmu sampai sekarang. Bapak dan ibu selalu memberikan kasih sayang, dukungan doa, dan selalu jadi sumber semangat saya.
8. Nenek terima kasih selama ini atas perjuangannya, berkorban dan dukungan doa untuk membuatku bisa mengejar ilmu sampai sekarang. Jadi support system selama ini
9. Teman-teman saya terima kasih sudah ada dimasa-masa terpuruk selama penulisan skripsi ini
- 10.Favorit boy(A.D.K ) terima kasih sudah membantu disegala situasi.
- 11.Kepada idol saya BTS Kim seokjin, Min yoongi, Kim Namjoon, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook. Yang memberikan motivasi dan semangat karena karya dan tingkah laku mereka yang menggemaskan.
- 12.Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang mmebangun sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak.



## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING***

#### **TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK**

#### **MUSIK K-POP DI SURABAYA**

**Oleh :**

**Hayu Pangastuti**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk dan Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 yang diperoleh melalui perhitungan dengan rumus Cochran dan sampel diambil dari penggemar K-Pop di Surabaya yang pernah membeli album fisik musik K-Pop minimal satu kali, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan Validitas dan Reliabilitas.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi: Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji R<sup>2</sup>. Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa Product Design (X1), dan Digital Marketing (X2), keduanya berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa desain produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop, Pemasaran Digital (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Digital Marketing(X2) mempengaruhi keputusan untuk membeli album fisik musik K-Pop. Hal ini terlihat dari hasil uji t pada bab sebelumnya dimana X1,X2, pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka  $3,864 > 1,985$  untuk X1,  $3,930 > 1,985$  untuk X2.

Kata kunci: *Desain produk, Digital Marketing, Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

# **PENGARUH *DESIGN* PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALBUM FISIK MUSIK K-POP DI SURABAYA**

**Oleh :  
Hayu Pangastuti**

*This study aims to determine the Influence of Product Design and Digital Marketing on Purchasing Decisions. The method used in this study is a causal associative method using a quantitative approach. The number of samples in this study was 97 obtained through calculations with the Cochran formula and samples were taken from K-Pop fans in Surabaya who had purchased a physical album of K-Pop music at least once, the sampling technique used was purposive sampling. The method of data collection is to use questionnaires. Test the instrument using Validity and Reliability.*

*The data analysis techniques used are multiple linear regression, The classical assumption tests used include: Normality Test, Heteroskedasticity Test, Multicollinearity Test. Meanwhile, hypothesis testing uses t Test and R<sup>2</sup> Test. From the results of Test F, it shows that Product Design (X1), and Digital Marketing (X2), both influence the decision to purchase physical albums of K-Pop music. Meanwhile, the results of the t Test show that product design (X1) affects the purchase decision of the physical album of K-Pop music, Digital Marketing (X2) affects the decision to purchase the physical album of K-Pop music. Digital Marketing (X2) affects the decision to purchase physical albums of K-Pop music. This can be seen from the results of the t Test in the previous chapter where X1, X2, at the calculated t value is greater than the t table which produces the numbers  $3.864 > 1.985$  for X1,  $3.930 > 1.985$  for X2.*

*Keywords : product design, digital marketing, Purchasing Decisions*

## RINGKASAN

K-Pop adalah Korean Pop yang merupakan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak dari Kelompok musik K-Pop yang sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Korean Wave ini seperti menjadibudaya baru yang melekat pada setiap lapisan masyarakat. Awalnya musik KoreanWave hanya musik yang bergenre Trot. Musik Trot adalah hasil alkturasi musik tradisional Korea dengan musik kerohanian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausaldengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 yang didapatkan melalui perhitungan dengan rumus Cochran dan sampel diambil dari penggemar K-Pop di Surabaya yang pernah melakukan pembelian album fisik musik K-Pop minimal satu kali, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner. Uji instrument menggunakan Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain: Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji R<sup>2</sup>.

Dari hasil Uji F menunjukkan bahwa Desain Produk (X1), dan *Digital Marketing* (X2), sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop. Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa Desainproduk(X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian album fisik musik K-Pop, *Digital Marketing*(X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian album fisik musik K- Pop. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X1,X2, pada nilai t hitung lebih besar dari t tabel yang menghasilkan angka  $3,864 > 1,985$  untuk X1,  $3,930 > 1,985$  untuk X2.

## SUMMARY

*K-Pop is Korean Pop which is a type of popular music originating from South Korea. Many of the K-Pop music groups have penetrated domestic borders and are popular abroad. This Korean Wave is like a new culture that is attached to every layer of society. Initially, KoreanWave music was only music of the Trot genre. Trot music is the result of the acculturation of traditional Korean music with spiritual music.*

*This study aims to determine the effect of product design and digital marketing on purchasing decisions. The method used in this study is a causal associative method using a quantitative approach. The number of samples in this study were 97 which were obtained through calculations using the Cochran formula and samples were taken from K-Pop fans in Surabaya who had purchased physical albums of K-Pop music at least once. The sampling technique used was purposive sampling. The method of data collection is using a questionnaire. The instrument test uses Validity and Reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression. The classical assumption test used includes: Normality Test, Heteroscedasticity Test, and Multicollinearity Test. While testing the hypothesis using the  $t$  test and  $R^2$  test.*

*From the results of the  $F$  test, it shows that Product Design ( $X1$ ), and Digital Marketing ( $X2$ ), both have an effect on purchasing decisions for physical K-Pop music albums. While the results of the  $t$ -test indicate that product design ( $X1$ ) has an effect on purchasing decisions for physical K-Pop music albums, Digital Marketing ( $X2$ ) has an effect on purchasing decisions for physical K-Pop music albums. This can be seen from the results of the  $t$ -test in the previous chapter where  $X1$ ,  $X2$ , the value of  $t$  count is greater than  $t$  table which produces numbers  $3.864 > 1.985$  for  $X1$ ,  $3.930 > 1.985$  for  $X2$ .*

## DAFTAR ISI

<b>COVER LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>COVER DALAM .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR ANTI PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7

2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	9
2.1.4 Pengertian Desain Produk .....	9
2.1.4.1 Tujuan Desain Produk .....	10
2.1.4.2 Strategi Desain Produk .....	10
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk .....	11
2.1.4.4 Indikator Desain Produk .....	12
2.1.4.5 Jenis Desain Produk .....	13
2.1.5 Pengertian Digital Marketing .....	13
2.1.5.1 Manfaat Digital Marketing .....	14
2.1.5.2 Strategi Digital Marketing .....	14
2.1.5.3 Indikator Digital Marketing .....	15
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.1.6.1 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	17
2.1.6.2 Peranan Dalam Keputusan Pembelian .....	18
2.1.6.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1 Hubungan X1 Terhadap Y .....	23
2.3.2 Hubungan X2 Terhadap Y .....	24
2.4 Kerangka Konseptual .....	24

2.5 Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian .....	27
3.2.1 Tempat Penelitian .....	27
3.2.2 Waktu Penelitian .....	27
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	27
3.3.1 Jenis Data .....	27
3.3.2 Sumber Data .....	27
3.4 Populasi Dan Sampel .....	28
3.4.1 Populasi .....	28
3.4.2 Sampel .....	28
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	29
3.4.4 Teknik Pengukuran .....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6 Definisi Variabel Dan Definisi Operasional .....	30
3.6.1 Definisi Variabel .....	30
3.6.2 Definisi Operasional .....	31
3.7 Proses Pengolahan Data .....	32
3.8 Metode Analisis Data .....	32
3.9 Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis .....	32
3.9.1 Uji Instrument .....	32

3.9.1.1 Uji Validitas .....	32
3.9.1.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3.9.3 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	34
3.9.4 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.9.4.1 Uji Normalitas .....	34
3.9.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	34
3.9.4.3 Uji Multikolinieritas .....	34
3.9.5 Pengujian Hipotesis .....	34
3.9.5.1 Uji T .....	35
3.9.5.2 Uji F .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Sejarah K-Pop Indonesia .....	37
4.1.1 Jenis Album K-Pop .....	38
4.1.2 Berdaarkan Negara Penerbit .....	38
4.1.3 Produk Album K-Pop .....	39
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	41
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	41
4.2.1.1 Jenis Kelamin .....	41
4.2.1.2 Usia .....	42
4.2.1.3 Pekerjaan .....	42
4.2.1.4 Jumlah Album .....	43



4.2.1.5 Lama Jadi Penggemar .....	43
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	44
4.2.2.1 Hasil Deskripsi Variabel X1 .....	44
4.2.2.2 Hasil Deskripsi Variabel X2 .....	46
4.2.2.3 Hasil Deskriptif Variabel Y .....	47
4.3 Hasil Uji Instrument .....	48
4.3.1 Uji Validitas Instrument .....	48
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	50
4.4 Analisis Data .....	51
4.4.1 Uji Normalitas .....	51
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	52
4.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	53
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda .....	54
4.4.5 Koefisien Determinasi .....	55
4.5 Pengujian Hipotesis .....	55
4.5.1 Uji T .....	55
4.5.2 Uji F .....	58
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
4.6.1 Pengaruh Xi Terhadap Y .....	59
4.6.2 Pengaruh X2 Terhadap Y .....	59
4.6.3 Pengaruh X1 Dan X2 Terhadap Y .....	60
4.7 Implikasi Penelitian .....	60

4.8 Keterbatasan Penelitian .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis Album Fisik .....	13
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.2 Usia .....	42
Tabel 4.3 Pekerjaan .....	42
Tabel 4.4 Jumlah Album .....	43
Tabel 4.5 Lama Jadi Penggemar .....	43
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif X1 .....	45
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif X2 .....	46
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Y .....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas .....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	52
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi .....	54
Tabel 4.14 Uji T .....	55
Tabel 4.15 Uji F .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Highest First Day Sales On Hanteo .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar Iv. 1 CD .....	39
Gambar Iv. 2 Photobook .....	40
Gambar Iv. 3 Sampul Dan Wadah .....	40
Gambar Iv. 4 Photocard .....	40
Gambar Iv. 5 Poster .....	41
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas .....	52
Gambar 4.7 Kurva Uji T .....	55
Gambar 4.8 Kurva Uji T .....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	70
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden .....	75
Lampiran 3 Tabulasi Kuisisioner .....	82
Lampiran 4 Uji Validitas .....	91
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	103
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	104
Lampiran 7 Uji Multikolinieritas .....	104
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas .....	105
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda .....	105
Lampiran 10 Koefisien Determinasi .....	106
Lampiran 11 Uji T .....	106
Lampiran 12 Uji F .....	106
Lampiran 13 Kartu Bimbingan .....	107
Lampiran 14 T Tabel .....	108
Lampiran 15 F Tabel .....	108
Lampiran 16 Hasil Turnitin .....	115