

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Pernyataan Kuesioner

Kuesioner Penelitian “ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* SAMSUNG DI PLAZA MARINA SURABAYA”

Perkenalkan saya Shania Resnika, mahasiswi Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi dengan judul " **Analisis Pengaruh *Experiential Marketing*, *Brand Awareness* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Samsung di Plaza Marina Surabaya**". Dengan tujuan untuk melengkapi tugas akademik dan memenuhi syarat mencapai gelar sarjana strata-1 Program Studi Administrasi Niaga. Oleh karena itu, besar harapan saya agar saudara/i bersedia mengisi kuesioner ini.

Untuk mendukung penelitian ini, adapun kriteria responden yang saya butuhkan adalah:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali terhadap produk *handphone* Samsung di Plaza Marina Surabaya.
2. Konsumen usia 16-60 tahun.

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- ☐ 16 – 25
- ☐ 26 – 35
- ☐ 36 – 45
- ☐ 46 – 55
- ☐ 56 – 60

Pekerjaan :

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ PNS
- ☐ Wirausaha
- ☐ Lainnya

Pendapatan

- ☐ < Rp 2.000.000,00
- ☐ Rp 2.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
- ☐ > Rp 5.000.000,00

Apakah anda mengetahui produk *handphone* Samsung?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Apakah anda pernah melakukan pembelian terhadap produk *handphone* Samsung di Plaza Marina Surabaya?

- ☐ Pernah
- ☐ Tidak Pernah

Dalam pengisian kuesioner ini terdapat beberapa pilihan jawaban bagi responden, sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

EXPERIENTIAL MARKETING

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mendapatkan perasaan yang nyaman saat melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung					
2.	Saya merasa pihak Samsung selalu memberikan kenyamanan agar konsumen merasa senang saat melakukan pembelian					
3.	Saya lebih memilih melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung dibanding produk lainnya					
4.	Saya langsung melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung karena merasa paling tepat dibanding produk lain					
5.	Saya merasa pihak Samsung selalu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen					

BRAND AWARENESS

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Ketika saya ditanya kategori produk <i>handphone</i> yang muncul dibenak saya adalah Samsung					
2.	Saya mengenali produk <i>handphone</i> Samsung, diantara merek <i>handphone</i> lain					
3.	Saya akan mempertimbangkan Samsung diantara merek lain saat melakukan pembelian <i>handphone</i>					
4.	Saat berbicara tentang produk <i>handphone</i> yang saya ingat adalah produk <i>handphone</i> Samsung					

ONLINE CUSTOMER REVIEW

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	<i>Online customer review</i> menyadarkan saya untuk melakukan pembelian terhadap produk <i>handphone</i> Samsung					
2.	<i>Online customer review</i> memberikan ulasan sebagai sumber informasi bagi saya untuk memilih produk <i>handphone</i> Samsung					
3.	Saya membandingkan <i>review customer</i> terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung					
4.	<i>Online customer review</i> mempengaruhi saya dalam menentukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung					

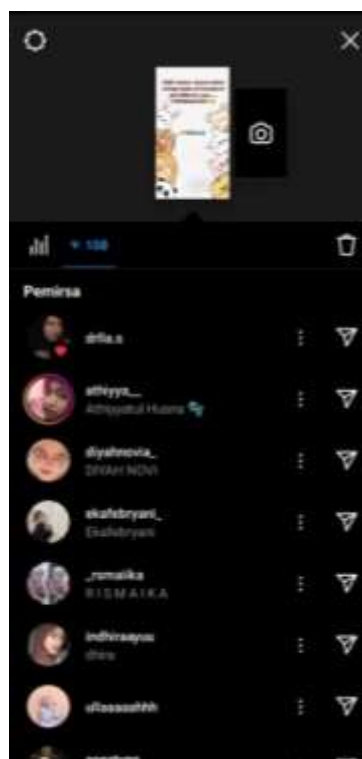
KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung karena merasa mantap dan cocok					
2.	Saya akan melakukan pembelian terhadap produk <i>handphone</i> Samsung lagi saat <i>handphone</i> lama saya sudah tidak berfungsi					
3.	Saya melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung dan merekomendasikan kepada orang lain					
4.	Saya melakukan pembelian produk <i>handphone</i> Samsung dan melakukan pembelian ulang					

Lampiran 2 Sampel Responden

Sampel Responden

Proses Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial





Lampiran 3 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Laki – laki	32	32 %
2.	Perempuan	68	68 %
Total		100	100 %

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1.	16 – 25 Tahun	81	81 %
2.	26 – 35 Tahun	8	8 %
3.	36 – 45 Tahun	2	2 %
4.	46 – 55 Tahun	6	6 %
5.	56 – 60 Tahun	3	3 %
Total		100	100 %

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
1.	Pelajar/Mahasiswa	59	59 %
2.	Karyawan Swasta	19	19 %
3.	PNS	6	6 %
4.	Wirausaha	15	15 %
5.	Lainnya	1	1 %
Total		100	100 %

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan (Juta)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	< Rp 2.000	58	58 %
2.	Rp 2.000 – Rp 5.000	27	27 %
3.	> Rp 5.000	15	15 %
Total		100	100 %

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuannya Mengenai *Handphone* Samsung

No	Pengetahuan Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Ya	100	100%
2.	Tidak	0	0 %
Total		100	100 %

Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk *Handphone* Samsung

No	Pengetahuan Responden	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Pernah	100	100%
2.	Tidak Pernah	0	0 %
Total		100	100 %

Lampiran 4 Tabulasi Data

Tabulasi Data Variabel *Experiential Marketing* (X1)

No Responden	<i>Experiential Marketing</i> (X1)					Total	Rata- Rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
1	5	4	4	5	4	22	4,40
2	4	4	4	4	4	20	4,00
3	4	4	5	5	3	21	4,20
4	5	5	5	5	5	25	5,00
5	4	4	4	4	4	20	4,00
6	4	4	5	4	4	21	4,20
7	5	5	5	4	4	23	4,60
8	4	5	4	5	4	22	4,40
9	3	3	2	2	3	13	2,60
10	4	4	4	4	4	20	4,00
11	4	4	5	4	5	22	4,40
12	4	4	4	4	5	21	4,20
13	4	5	5	5	4	23	4,60
14	5	4	5	4	5	23	4,60
15	1	2	3	2	1	9	1,80
16	4	5	4	5	4	22	4,40
17	5	5	5	5	5	25	5,00
18	4	4	3	4	5	20	4,00
19	5	5	5	5	5	25	5,00
20	4	4	4	4	4	20	4,00
21	4	4	4	4	4	20	4,00
22	4	4	4	4	4	20	4,00

23	5	4	4	4	5	22	4,40
24	5	5	5	5	5	25	5,00
25	4	5	4	5	4	22	4,40
26	5	5	4	4	4	22	4,40
27	5	5	4	5	5	24	4,80
28	4	4	2	2	4	16	3,20
29	4	4	4	4	4	20	4,00
30	4	4	5	4	5	22	4,40
31	4	5	4	5	5	23	4,60
32	4	4	4	4	4	20	4,00
33	4	5	5	4	5	23	4,60
34	4	5	3	4	4	20	4,00
35	4	5	5	5	5	24	4,80
36	4	4	3	3	4	18	3,60
37	5	5	4	4	5	23	4,60
38	5	4	5	5	5	24	4,80
39	5	5	4	4	4	22	4,40
40	4	5	5	5	5	24	4,80
41	4	4	3	3	5	19	3,80
42	4	4	4	4	4	20	4,00
43	5	5	4	4	4	22	4,40
44	3	4	3	3	3	16	3,20
45	5	4	3	3	5	20	4,00
46	5	4	5	5	5	24	4,80
47	4	4	4	4	4	20	4,00
48	5	4	5	5	4	23	4,60

49	4	5	4	4	4	21	4,20
50	4	4	5	5	4	22	4,40
51	4	4	4	4	4	20	4,00
52	4	4	4	4	4	20	4,00
53	5	4	5	5	5	24	4,80
54	5	5	5	5	5	25	5,00
55	5	5	4	4	4	22	4,40
56	4	4	4	4	4	20	4,00
57	5	5	5	5	5	25	5,00
58	5	5	4	4	5	23	4,60
59	5	4	4	5	4	22	4,40
60	4	4	4	4	4	20	4,00
61	4	5	4	4	5	22	4,40
62	4	5	3	3	3	18	3,60
63	5	5	5	5	5	25	5,00
64	4	4	4	5	4	21	4,20
65	3	3	3	3	3	15	3,00
66	4	4	3	3	4	18	3,60
67	5	5	5	5	5	25	5,00
68	5	5	5	4	4	23	4,60
69	3	4	5	4	5	21	4,20
70	4	5	3	4	5	21	4,20
71	5	5	5	5	5	25	5,00
72	4	5	3	4	4	20	4,00
73	4	5	5	5	5	24	4,80
74	5	5	4	4	4	22	4,40

75	4	5	5	4	5	23	4,60
76	4	4	5	5	4	22	4,40
77	2	5	2	4	5	18	3,60
78	4	4	4	4	4	20	4,00
79	4	4	4	4	4	20	4,00
80	4	4	4	4	4	20	4,00
81	4	4	4	4	4	20	4,00
82	4	4	4	4	4	20	4,00
83	4	5	5	4	5	23	4,60
84	4	5	4	5	5	23	4,60
85	4	4	4	4	5	21	4,20
86	5	5	5	5	5	25	5,00
87	4	4	5	4	5	22	4,40
88	4	4	4	4	4	20	4,00
89	5	5	5	5	5	25	5,00
90	4	4	3	3	4	18	3,60
91	4	4	4	4	4	20	4,00
92	4	5	5	4	5	23	4,60
93	4	3	2	3	4	16	3,20
94	5	5	4	4	5	23	4,60
95	5	4	4	4	3	20	4,00
96	4	3	3	3	3	16	3,20
97	4	4	3	2	4	17	3,40
98	5	5	4	4	5	23	4,60
99	5	5	5	5	5	25	5,00
100	5	5	4	5	4	23	4,60

Total Score	426	439	412	415	433	2125	425
Rata-Rata Score	4,26	4,39	4,12	4,15	4,33	21,25	4,25

Tabulasi Data Variabel *Brand Awareness* (X2)

No Responden	<i>Brand Awareness</i> (X2)				Total	Rata-Rata
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
1	5	4	5	4	18	4,50
2	4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	4	4	14	3,50
4	5	5	5	5	20	5,00
5	4	4	4	4	16	4,00
6	4	4	5	5	18	4,50
7	4	5	4	5	18	4,50
8	4	4	5	5	18	4,50
9	2	3	5	2	12	3,00
10	4	4	4	4	16	4,00
11	4	4	5	4	17	4,25
12	4	4	4	4	16	4,00
13	4	5	4	5	18	4,50
14	5	5	5	4	19	4,75
15	1	4	2	1	8	2,00
16	4	5	5	4	18	4,50
17	5	5	5	5	20	5,00
18	3	3	5	4	15	3,75

19	4	5	4	5	18	4,50
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	5	4	17	4,25
22	4	4	4	4	16	4,00
23	4	4	5	4	17	4,25
24	5	5	5	5	20	5,00
25	4	4	5	5	18	4,50
26	4	4	4	4	16	4,00
27	4	5	5	5	19	4,75
28	2	3	5	3	13	3,25
29	4	4	4	4	16	4,00
30	4	5	4	4	17	4,25
31	4	5	5	4	18	4,50
32	5	5	5	4	19	4,75
33	5	4	4	5	18	4,50
34	3	3	3	5	14	3,50
35	4	5	4	5	18	4,50
36	4	4	4	3	15	3,75
37	4	5	4	4	17	4,25
38	4	4	4	5	17	4,25
39	4	5	4	4	17	4,25
40	5	5	5	5	20	5,00
41	4	4	4	4	16	4,00
42	4	4	4	4	16	4,00
43	5	3	4	4	16	4,00
44	4	3	4	4	15	3,75

45	3	5	5	3	16	4,00
46	5	4	3	4	16	4,00
47	4	4	4	4	16	4,00
48	5	5	4	5	19	4,75
49	4	4	5	5	18	4,50
50	3	3	4	3	13	3,25
51	4	4	4	4	16	4,00
52	4	4	4	4	16	4,00
53	5	5	4	5	19	4,75
54	5	5	5	5	20	5,00
55	5	5	5	4	19	4,75
56	4	4	4	4	16	4,00
57	5	5	5	5	20	5,00
58	4	5	4	4	17	4,25
59	4	5	4	4	17	4,25
60	4	4	4	4	16	4,00
61	4	4	4	4	16	4,00
62	2	4	5	2	13	3,25
63	5	5	5	5	20	5,00
64	5	4	4	4	17	4,25
65	3	3	3	3	12	3,00
66	4	4	4	4	16	4,00
67	5	5	5	5	20	5,00
68	4	4	5	5	18	4,50
69	5	5	5	5	20	5,00
70	5	5	5	5	20	5,00

71	4	5	5	5	19	4,75
72	4	4	4	4	16	4,00
73	4	4	5	5	18	4,50
74	5	5	4	5	19	4,75
75	4	5	4	5	18	4,50
76	4	5	4	5	18	4,50
77	5	5	5	5	20	5,00
78	4	4	4	4	16	4,00
79	4	4	5	5	18	4,50
80	4	4	4	4	16	4,00
81	5	5	5	5	20	5,00
82	4	4	4	4	16	4,00
83	4	4	5	5	18	4,50
84	5	5	4	4	18	4,50
85	5	5	5	4	19	4,75
86	4	4	4	4	16	4,00
87	5	5	4	4	18	4,50
88	5	3	3	5	16	4,00
89	5	5	5	5	20	5,00
90	4	4	4	4	16	4,00
91	4	5	4	4	17	4,25
92	5	4	5	4	18	4,50
93	2	5	5	5	17	4,25
94	5	3	5	4	17	4,25
95	4	5	4	2	15	3,75
96	3	3	4	4	14	3,50

97	2	2	3	1	8	2,00
98	5	3	4	3	15	3,75
99	5	5	5	5	20	5,00
100	4	5	5	4	18	4,50
Total Score	412	428	436	420	1696	424
Rata-Rata Score	4,12	4,28	4,36	4,2	16,96	4,24

Tabulasi Data Variabel *Online Customer Review* (X3)

No Responden	<i>Online Customer Review</i> (X3)				Total	Rata-Rata
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		
1	3	5	5	5	18	4,50
2	4	4	4	4	16	4,00
3	5	5	4	4	18	4,50
4	5	5	5	5	20	5,00
5	4	4	4	4	16	4,00
6	5	4	4	5	18	4,50
7	4	5	4	4	17	4,25
8	4	5	4	4	17	4,25
9	2	3	5	5	15	3,75
10	4	4	4	4	16	4,00
11	4	5	5	4	18	4,50
12	4	4	5	5	18	4,50
13	5	5	4	5	19	4,75
14	4	5	5	5	19	4,75

15	1	2	1	2	6	1,50
16	5	5	4	5	19	4,75
17	5	5	5	5	20	5,00
18	4	5	5	4	18	4,50
19	5	5	5	5	20	5,00
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	4	4	16	4,00
22	4	4	4	4	16	4,00
23	5	5	5	5	20	5,00
24	5	5	5	5	20	5,00
25	5	4	5	4	18	4,50
26	3	4	5	5	17	4,25
27	5	5	5	4	19	4,75
28	3	4	5	5	17	4,25
29	4	4	4	4	16	4,00
30	5	4	4	4	17	4,25
31	5	4	5	4	18	4,50
32	5	5	5	4	19	4,75
33	5	4	5	5	19	4,75
34	2	3	3	3	11	2,75
35	5	4	4	5	18	4,50
36	3	4	4	4	15	3,75
37	5	5	5	4	19	4,75
38	5	4	2	2	13	3,25
39	4	4	4	4	16	4,00
40	4	4	5	4	17	4,25

41	4	4	5	4	17	4,25
42	4	4	4	4	16	4,00
43	4	5	5	5	19	4,75
44	3	3	3	3	12	3,00
45	2	4	4	4	14	3,50
46	4	4	4	4	16	4,00
47	4	4	4	4	16	4,00
48	5	4	5	5	19	4,75
49	4	4	5	4	17	4,25
50	5	5	5	5	20	5,00
51	4	4	4	4	16	4,00
52	5	4	5	5	19	4,75
53	4	5	5	5	19	4,75
54	5	5	5	5	20	5,00
55	4	5	5	5	19	4,75
56	4	4	4	4	16	4,00
57	5	5	5	5	20	5,00
58	4	4	4	4	16	4,00
59	5	5	4	5	19	4,75
60	4	4	4	4	16	4,00
61	4	5	5	5	19	4,75
62	4	3	5	5	17	4,25
63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	4	4	5	17	4,25
65	3	3	3	3	12	3,00
66	3	4	3	4	14	3,50

67	5	4	5	5	19	4,75
68	5	4	5	5	19	4,75
69	4	5	3	5	17	4,25
70	5	4	3	4	16	4,00
71	4	5	5	5	19	4,75
72	5	4	4	4	17	4,25
73	4	4	4	5	17	4,25
74	4	4	4	5	17	4,25
75	4	5	5	4	18	4,50
76	4	4	5	5	18	4,50
77	5	5	5	5	20	5,00
78	4	4	5	5	18	4,50
79	4	4	4	4	16	4,00
80	4	4	4	4	16	4,00
81	4	4	4	4	16	4,00
82	4	4	4	4	16	4,00
83	5	5	5	5	20	5,00
84	4	4	5	5	18	4,50
85	5	4	5	5	19	4,75
86	4	5	4	5	18	4,50
87	5	5	4	5	19	4,75
88	5	5	5	5	20	5,00
89	5	5	5	5	20	5,00
90	4	3	3	3	13	3,25
91	4	4	4	4	16	4,00
92	5	5	5	5	20	5,00

93	5	4	4	5	18	4,50
94	4	4	3	3	14	3,50
95	5	4	5	5	19	4,75
96	4	4	4	4	16	4,00
97	4	4	3	3	14	3,50
98	4	5	3	5	17	4,25
99	5	5	5	5	20	5,00
100	5	4	4	4	17	4,25
Total Score	424	430	433	440	1727	431,75
Rata-Rata Score	4,24	4,3	4,33	4,4	17,27	4,31

Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Responden	Keputusan Pembelian (Y)				Total	Rata-Rata
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4		
1	5	4	5	5	19	4,75
2	4	4	4	4	16	4,00
3	3	4	5	4	16	4,00
4	5	5	5	5	20	5,00
5	4	4	4	4	16	4,00
6	4	4	5	4	17	4,25
7	4	5	4	4	17	4,25
8	4	5	4	4	17	4,25
9	5	4	5	4	18	4,50
10	4	4	4	4	16	4,00

11	4	4	5	5	18	4,50
12	4	4	4	4	16	4,00
13	4	5	4	5	18	4,50
14	5	5	5	5	20	5,00
15	2	1	2	2	7	1,75
16	5	5	4	5	19	4,75
17	5	5	5	5	20	5,00
18	4	3	4	4	15	3,75
19	5	5	5	5	20	5,00
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	5	4	4	17	4,25
22	4	4	4	4	16	4,00
23	5	4	5	4	18	4,50
24	5	5	5	5	20	5,00
25	4	5	4	4	17	4,25
26	4	4	4	4	16	4,00
27	5	4	5	5	19	4,75
28	4	4	4	4	16	4,00
29	4	4	4	4	16	4,00
30	5	4	4	5	18	4,50
31	4	5	4	5	18	4,50
32	5	4	4	5	18	4,50
33	4	5	4	4	17	4,25
34	5	4	5	4	18	4,50
35	5	4	5	5	19	4,75
36	4	3	4	3	14	3,50

37	5	5	5	4	19	4,75
38	5	5	4	5	19	4,75
39	4	5	5	4	18	4,50
40	5	5	5	5	20	5,00
41	4	4	4	4	16	4,00
42	4	4	4	4	16	4,00
43	5	5	5	3	18	4,50
44	3	3	4	3	13	3,25
45	5	4	5	5	19	4,75
46	5	5	5	5	20	5,00
47	4	4	4	4	16	4,00
48	5	4	5	5	19	4,75
49	5	4	4	4	17	4,25
50	4	5	3	4	16	4,00
51	4	4	4	4	16	4,00
52	4	3	4	4	15	3,75
53	5	4	5	5	19	4,75
54	5	5	5	5	20	5,00
55	5	5	5	4	19	4,75
56	4	4	4	4	16	4,00
57	5	5	5	5	20	5,00
58	4	3	5	5	17	4,25
59	4	5	5	4	18	4,50
60	4	4	4	4	16	4,00
61	4	4	4	5	17	4,25
62	4	3	4	2	13	3,25

63	5	5	5	5	20	5,00
64	4	4	4	4	16	4,00
65	3	3	3	3	12	3,00
66	4	4	4	4	16	4,00
67	5	5	5	5	20	5,00
68	4	4	5	4	17	4,25
69	5	5	4	5	19	4,75
70	5	2	4	4	15	3,75
71	4	4	4	4	16	4,00
72	5	4	4	4	17	4,25
73	5	4	5	4	18	4,50
74	5	5	4	5	19	4,75
75	4	4	5	5	18	4,50
76	5	4	4	4	17	4,25
77	5	5	5	5	20	5,00
78	5	4	4	4	17	4,25
79	5	4	5	4	18	4,50
80	4	4	4	4	16	4,00
81	5	5	5	5	20	5,00
82	4	4	4	4	16	4,00
83	5	4	4	4	17	4,25
84	5	5	5	5	20	5,00
85	4	5	4	5	18	4,50
86	4	4	5	5	18	4,50
87	5	4	5	5	19	4,75
88	4	4	5	4	17	4,25

89	5	5	5	5	20	5,00
90	4	3	4	3	14	3,50
91	4	4	4	5	17	4,25
92	5	5	5	5	20	5,00
93	4	3	4	3	14	3,50
94	5	4	5	4	18	4,50
95	4	5	5	4	18	4,50
96	3	3	4	3	13	3,25
97	4	5	3	2	14	3,50
98	5	3	4	5	17	4,25
99	5	5	5	5	20	5,00
100	5	5	4	4	18	4,50
Total Score	441	422	439	427	1729	432,25
Rata-Rata Score	4,41	4,22	4,39	4,27	17,29	4,32

Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Indikator		R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	Pearason Correlation	1	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X1.2	Pearason Correlation	0,505	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X1.3	Pearason Correlation	0,460	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X1.4	Pearason Correlation	0,495	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X1.5	Pearason Correlation	0,481	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	

Indikator		R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	Pearason Correlation	1	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X2.2	Pearason Correlation	0,452	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X2.3	Pearason Correlation	0,288	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X2.4	Pearason Correlation	0,595	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	

Indikator		R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	Pearason Correlation	1	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X3.2	Pearason Correlation	0,536	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X3.3	Pearason Correlation	0,415	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
X3.4	Pearason Correlation	0,402	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	

Indikator		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y.1	Pearason Correlation	1	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
Y.2	Pearason Correlation	0,470	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
Y.3	Pearason Correlation	0,568	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	
Y.4	Pearason Correlation	0,583	> 0,196	VALID
	Sig. (2-tailed)	0,000	< 0,05	

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
<i>Experiential Marketing (X1)</i>	0,837	0,6	RELIABEL
<i>Brand Awareness (X2)</i>	0,747	0,6	RELIABEL
<i>Online Customer Review (X3)</i>	0,804	0,6	RELIABEL
<i>Keputusan Pembelian (Y)</i>	0,802	0,6	RELIABEL

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,23148149
Most Extreme Differences	Absolute		,096
	Positive		,096
	Negative		-,095
Test Statistic			,096
Asymp. Sig. (2-tailed)			,023 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,295 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,284
		Upper Bound	,307

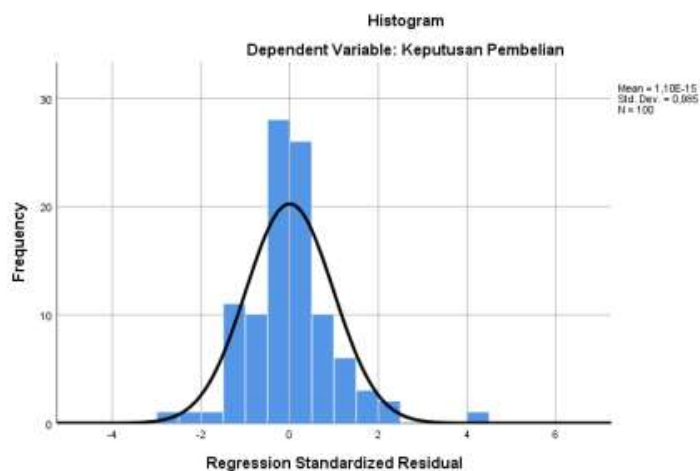
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

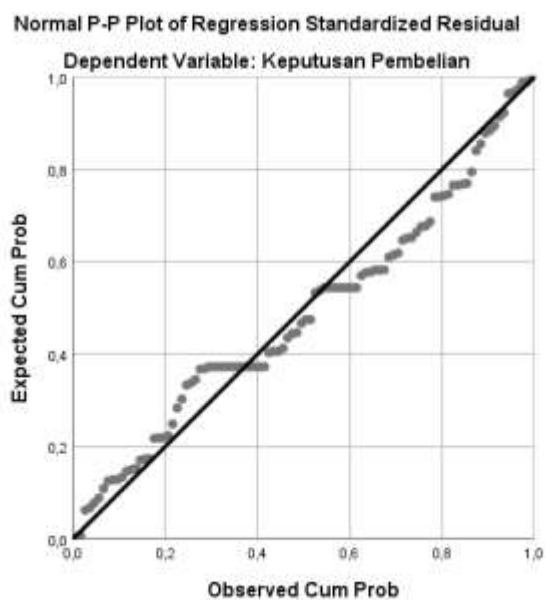
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Uji Normalitas Data Model Histogram



Uji Normalitas Data Model P-Plot

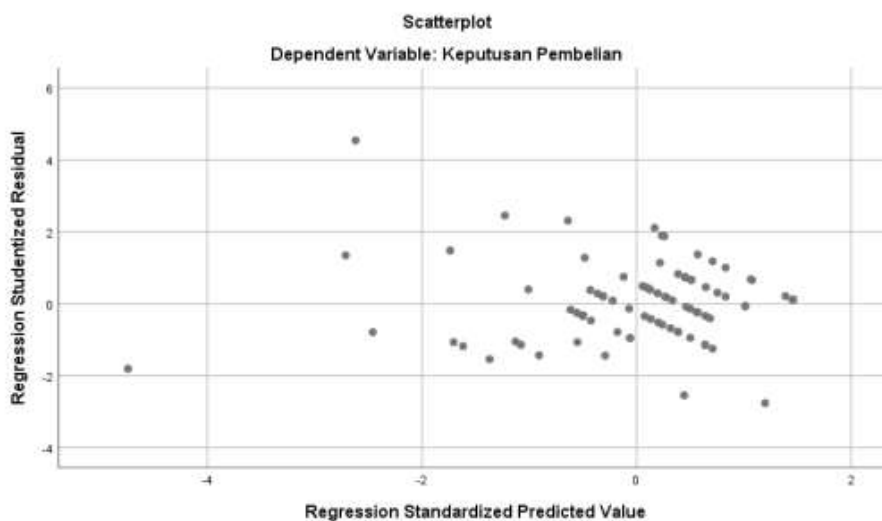


Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,582	1,074		2,403	,018		
	Experiential Marketing	,325	,073	,420	4,477	,000	,388	2,578
	Brand Awareness	,335	,084	,356	3,983	,000	,426	2,347
	Online Customer Review	,122	,076	,131	1,613	,110	,515	1,943

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji heteroskedastisitas Dengan Scatterplot



Uji Linieritas Variabel *Experiential Marketing*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * X1.1	Between	(Combined)	157.007	10	15.701	4.633	.000
	Groups	Linearity	132.558	1	132.558	39.119	.000
		Deviation from Linearity	24.450	9	2.717	.802	.616
	Within Groups		301.583	89	3.389		
	Total		458.590	99			

Uji Linieritas Variabel *Brand awareness*

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand Awareness	Between Groups	(Combined)	263,721	9	29,302	13,533	,000
		Linearity	256,088	1	256,088	118,274	,000
		Deviation from Linearity	7,633	8	,954	,441	,894
	Within Groups		194,869	90	2,165		
	Total		458,590	99			

Uji Linieritas Variabel *Online Customer Review*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP * X3.1	Between Groups	(Combined)	107.882	10	10.788	2.738	.006
		Linearity	62.275	1	62.275	15.804	.000
		Deviation from Linearity	45.607	9	5.067	1.286	.256
	Within Groups		350.708	89	3.941		
	Total		458.590	99			

Lampiran 7 Analisis Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,582	1,074		2,403
	Experiential Marketing	,325	,073	,420	4,477
	Brand Awareness	,335	,084	,356	3,983
	Online Customer Review	,122	,076	,131	1,613

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 8 Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,582	1,074		2,403	,018
	Experiential Marketing	,325	,073	,420	4,477	,000
	Brand Awareness	,335	,084	,356	3,983	,000
	Online Customer Review	,122	,076	,131	1,613	,110

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308,452	3	102,817	65,743	,000 ^b
	Residual	150,138	96	1,564		
	Total	458,590	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Online Customer Review, Brand Awareness, Experiential Marketing

Uji Korelasi (r)

Correlations

		Experiential Marketing	Brand Awareness	Online Customer Review	Keputusan Pembelian
Experiential Marketing	Pearson Correlation	1	,736**	,668**	,770**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Brand Awareness	Pearson Correlation	,736**	1	,626**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Online Customer Review	Pearson Correlation	,668**	,626**	1	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,770**	,747**	,635**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,820 ^a	,673	,662	1,25058

a. Predictors: (Constant), Online Customer Review, Brand Awareness, Experiential Marketing

Lampiran 9 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 J. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : SHANIA RESNIKA

NBI : 1122000125

Program Studi : Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Drs. Awin Mulyati, M.M. ✓

Dosen Pembimbing II : Drs. Diana Juni Mulyati, M.M. ✓

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Experiential Marketing, Brand Awareness, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung di Plaza Marina Surabaya

Ace
Shania

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	17/2024 13	Ace judul. konsultasikan Bab I ke pembimbing 2	[Signature]	
2	19/2024 3	Acc. Bab I ms. perbaikan manfaat		[Signature]
3	18/2024 13	Bab I, perbaiki sesuai arahan! (perbaiki LAM, dan Tugasan Pendahuluan)	[Signature]	
4	19/2024 3	Bab I Ace	[Signature]	
5	19/2024 9	Bab II Acc.		[Signature]
6	20/2024 3	Bab II. Perbaiki Bab. Tahap awal, ⊕ sinta def operasi, tambahkan ⊕ Bab. kony	[Signature]	
7	25/2024 3	Bab II Ace	[Signature]	
8	2/24 4	Bab III - acc		[Signature]
9	2/24 4	Bab III - Perbaiki sampel, perbaiki rumus ⊕ ketentuan perhitungan R ²	[Signature]	
10	4/24 4	Bab III Ace	[Signature]	



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Pertanyaan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
11	23/4 - 24	kuomoran : Acc		/s
12	6/5 - 24	Questioner diperbaiki	/s	
13	7/5 - 24	Acc Questioner	/s	
14	24/5 - 24	Bab IV → cek kembali hasil revisi		/s
15	22/5 - 24	Bab IV → acc		/s
16	22/5 - 24	Bab V → acc - tambahkan rekomendasi → Caranya		/s
17	22/5 - 24	Bab IV Perbaiki teori angiza	/s	
18	21/5	Bab IV tambahkan cara rekomendasi	/s	
19	26/5 - 24	Bab IV Acc	/s	
20	27/5 - 24	Bab V perbaiki	/s	
21	27/5 - 24	Bab V Acc	/s	

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 27-05-2024

Dosen Pembimbing I,


 (.....)

Dosen Pembimbing II,


 (.....)

Lampiran 10 Hasil Turnitin

bAB 1.4.5

ORIGINALITY REPORT

19%	18%	8%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	3%
2	text-id.123dok.com Internet Source	2%
3	id.123dok.com Internet Source	2%
4	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	2%
5	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.universitaspurabaya.ac.id Internet Source	1%
7	Elizabeth Irene Putri Sianturi, Hamid Halin, Susi Handayani. "Pengaruh Penerapan Budaya Kerja (Corporate Culture) terhadap Kinerja Pegawai pada PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat Palembang", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2021 Publication	1%

Lampiran 11 Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : SHANIA RESNIKA

NIM :1122000125

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 11 Juni 2024

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE SAMSUNG DI PLAZA MARINA SURABAYA

Catatan Perbaikan:

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper appears to be a standard notebook page.

Surabaya, 25 Juni 2024
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Pertalkan

Revisi dari Dosen Penguji,

Arwin

Amir

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen pengaji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebuah kanvas dan khl.

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : SHANIA RESNIKA
NIM : 1122000125
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 11 Juni 2024

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, BRAND AWARENESS,
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HANDPHONE SAMSUNG DI PLAZA MARINA SURABAYA

Catatan Perbaikan:

- Perbaikan yg online customer review
- Ksing.
- tjuan.

Surabaya, 25 Juni 2024
Peretujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,





Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : SHANIA RESNIKA
NIM : 1122000125
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 11 Juni 2024
Judul Skripsi :

ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, BRAND AWARENESS,
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HANDPHONE SAMSUNG DI PLAZA MARINA SURABAYA

Catatan Perbaikan:

2. Daftar pustaka
= 12000 V.1
- Perbaikan

Surabaya, 25 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



Keterangan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kiri.

Lampiran 12 Bukti Bebas Lab



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN

Gedung F Lantini I Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowara No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800



SURAT KETERANGAN

Nomor: 127/SK/KWU-K/Genap/V/2024

Kepala Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA

NPP : 20150.17.0746

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Shania Resnika

NBI : 1122000125

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Mei 2024

Kalab. Kewirausahaan,

Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA
NPP: 20150.17.0746