

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

A. Identitas Responden

- ## B. PETUNJUK PENGISIAN

- 121

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

3. Pernah menggunakan *smartphone* Samsung?

- Ya
- Tidak

Jika Ya, silahkan melanjutkan pengisian kuesioner

Jika Tidak, jangan dilanjutkan pengisian kuesioner

4. Apakah anda mahasiswa FISIP UNTAG Surabaya angkatan 2020-2023?

- Ya
- Tidak

Jika Ya, silahkan melanjutkan pengisian kuesioner

Jika Tidak, jangan dilanjutkan pengisian kuesioner

C. PERNYATAAN PENELITIAN

1. Variabel Promosi Media Sosial (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Jangkauan Promosi						
1.	Saya mengetahui produk <i>smartphone</i> Samsung keluaran terbaru dari iklan promosi media sosial.					
Kuantitas Update di Media						
2.	Saya sering melihat iklan promosi yang dilakukan oleh pihak Samsung ketika membuka sosial media					
Kualitas Pesan						
3.	Saya sangat tertarik ketika melihat pesan yang tersematkan di dalam iklan promosi di akun sosial media dari Samsung					

2. Variabel Kesadaran Merek (X₂)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Brand Recall						
1.	Saya mengingat merek <i>smartphone</i> Samsung keluaran terdahulu hingga keluaran terbaru saat ini					
Brand Recognition						
2.	Saya sangat mengenal merek <i>smartphone</i> Samsung yang sedang saya gunakan					
Purchase Decisoin						
3.	<i>Smartphone</i> Samsung menjadi prioritas saya ketika membeli <i>smartphone</i>					
Consumption						
4.	Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena Samsung sudah menjadi <i>top of mind</i> di mata saya					

3. Variabel Gaya Hidup (X₃)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Activities (Kegiatan)						
1.	Smartphone Samsung sangat cocok dengan kegiatan yang sedang saya lakukan					
Interest (Minat)						
2.	Saya membeli smartphone Samsung karena saya menyukai desain dan kamera dari Samsung.					
Opinion (Opini)						
3.	Saya membeli smartphone Samsung karena feedback dari pengguna smartphone samsung sangat baik.					

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya membeli <i>smartphone</i> Samsung karena membutuhkan <i>smartphone</i> yang mempunyai speak terbaik					
2.	Saya ingin mencoba produk <i>smartphone</i> terbaru dari Samsung karna desain yang sangat bagus					
3.	Kualitas <i>smartphone</i> Samsung sangat terjamin					
4.	Saya sangat percaya dengan <i>smartphone</i> yang dikeluarkan oleh Samsung, oleh karena itu saya selalu membeli <i>smartphone</i> yang dikeluarkan oleh pihak Samsung					

Lampiran 2 hasil instrument

1. Uji Validitas

a. Promosi Media Sosial (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.384*	.480**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.036	.007	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.384*	1	.182	.653**
	Sig. (2-tailed)	.036		.335	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.480**	.182	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.007	.335		.000
	N	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.817**	.653**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

b. Kesadaran Merek (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.330	.444*	-.012	.608**
	Sig. (2-tailed)		.075	.014	.949	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.330	1	.425*	.057	.624**
	Sig. (2-tailed)	.075		.019	.767	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.444*	.425*	1	-.127	.591**
	Sig. (2-tailed)	.014	.019		.503	.001
	N	30	30	30	30	30

X2.4	Pearson Correlation	-.012	.057	-.127	1	.590**
	Sig. (2-tailed)	.949	.767	.503		.001
	N	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.608**	.624**	.591**	.590**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

c. Gaya Hidup (X3)

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.484**	.505**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.007	.004	.000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.484**	1	.382*	.817**
	Sig. (2-tailed)	.007		.037	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.505**	.382*	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.004	.037		.000
	N	30	30	30	30
Total_X3	Pearson Correlation	.818**	.817**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Keputusan Pembelian

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.154	.119	.303	.643**
	Sig. (2-tailed)		.416	.529	.103	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.154	1	.594**	-.117	.719**
	Sig. (2-tailed)	.416		.001	.538	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.119	.594**	1	-.110	.679**
	Sig. (2-tailed)	.529	.001		.561	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.303	-.117	-.110	1	.377*
	Sig. (2-tailed)	.103	.538	.561		.040
	N	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.643**	.719**	.679**	.377*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.040	
	N	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Promosi Media Sosial (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

b. Kesadaran Merek (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.702	5

c. Gaya Hidup (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	4

d. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.730	5

Lampiran 3 Tabulasi Data

a. Tabulasi Data Variabel Promosi Media Sosial (X1)

Promosi Media Sosial (X1)					
No. Responden	Pernyataan			Jumlah Skor	Rata-Rata Skor
	X1.1	X1.2	X1.3		
1.	5	4	4	13	4,33
2.	5	5	5	15	5,00
3.	5	4	5	14	4,67
4.	4	4	4	12	4,00
5.	5	5	5	15	5,00
6.	4	4	4	12	4,00
7.	5	5	4	14	4,67
8.	4	3	4	11	3,67
9.	5	5	5	15	5,00
10.	5	4	5	14	4,67
11.	5	4	4	13	4,33
12.	4	4	4	12	4,00
13.	5	4	4	13	4,33
14.	4	4	4	12	4,00
15.	5	5	4	14	4,67
16.	5	5	5	15	5,00
17.	5	4	5	14	4,67
18.	5	5	5	15	5,00
19.	5	5	4	14	4,67
20.	4	4	4	12	4,00
21.	5	5	4	14	4,67
22.	5	4	5	14	4,67
23.	5	5	4	14	4,67
24.	4	4	5	13	4,33
25.	5	4	4	13	4,33
26.	5	5	5	15	5,00
27.	5	4	4	13	4,33
28.	5	5	5	15	5,00
29.	5	4	5	14	4,67
30.	5	5	5	15	5,00

31.	5	4	5	14	4,67
32.	5	4	4	13	4,33
33.	4	5	5	14	4,67
34.	5	4	4	13	4,33
35.	4	4	5	13	4,33
36.	5	5	5	15	5,00
37.	5	4	4	13	4,33
38.	4	5	4	13	4,33
39.	3	4	4	11	3,67
40.	5	4	4	13	4,33
41.	4	5	4	13	4,33
42.	5	5	5	15	5,00
43.	5	5	5	15	5,00
44.	5	4	4	13	4,33
45.	5	5	3	13	4,33
46.	4	4	5	13	4,33
47.	5	4	4	13	4,33
48.	5	5	5	15	5,00
49.	4	4	4	12	4,00
50.	4	4	4	12	4,00
51.	5	5	4	14	4,67
52.	5	5	5	15	5,00
53.	5	5	5	15	5,00
54.	5	5	5	15	5,00
55.	4	5	3	12	4,00
56.	5	4	5	14	4,67
57.	4	4	4	12	4,00
58.	5	5	4	14	4,67
59.	5	5	5	15	5,00
60.	5	5	4	14	4,67
61.	5	5	4	14	4,67
62.	4	3	2	9	3,00
63.	5	5	5	15	5,00
64.	4	5	2	11	3,67
65.	4	4	4	12	4,00
66.	4	5	3	12	4,00
67.	5	2	3	10	3,33

68.	4	5	4	13	4,33
69.	4	5	3	12	4,00
70.	4	3	5	12	4,00
71.	5	3	5	13	4,33
72.	5	4	5	14	4,67
73.	5	4	4	13	4,33
74.	5	3	4	12	4,00
75.	4	4	4	12	4,00
76.	4	3	5	12	4,00
77.	4	4	3	11	3,67
78.	4	5	2	11	3,67
79.	5	4	5	14	4,67
80.	5	3	4	12	4,00
81.	3	5	2	10	3,33
82.	5	4	3	12	4,00
83.	5	5	5	15	5,00
84.	5	5	4	14	4,67
85.	4	4	4	12	4,00
86.	5	5	4	14	4,67
87.	4	4	4	12	4,00
88.	5	4	4	13	4,33
89.	5	4	4	13	4,33
90.	5	5	5	15	5,00
91.	4	3	4	11	3,67
92.	5	5	5	15	5,00
93.	5	4	4	13	4,33
94.	4	4	5	13	4,33
95.	5	5	4	14	4,67
96.	4	4	4	12	4,00
97.	5	4	4	13	4,33
98.	5	4	4	13	4,33
99.	5	5	5	15	5,00
100.	5	4	5	14	4,67
Jumlah Skor				1.322	440,67
Rata-rata Skor					4,41

b. Tabulasi Data Variabel Kesadaran Merek (X2)

Kesadaran Merek (X2)						
No. Responden	Pernyataan				Jumlah Skor	Rata-rata Skor
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
1	3	4	3	4	14	3,50
2	5	5	5	1	16	4,00
3	3	5	4	4	16	4,00
4	4	4	4	2	14	3,50
5	4	5	4	2	15	3,75
6	4	4	3	3	14	3,50
7	3	4	3	3	13	3,25
8	2	3	4	3	12	3,00
9	5	4	4	1	14	3,50
10	5	5	3	3	16	4,00
11	4	5	4	4	17	4,25
12	3	4	4	3	14	3,50
13	4	4	4	3	15	3,75
14	3	4	3	3	13	3,25
15	2	4	4	4	14	3,50
16	5	4	5	1	15	3,75
17	4	4	4	4	16	4,00
18	4	4	5	4	17	4,25
19	4	5	2	1	12	3,00
20	4	4	4	2	14	3,50
21	4	5	4	1	14	3,50
22	3	4	3	4	14	3,50
23	4	5	4	2	15	3,75
24	4	4	3	2	13	3,25
25	4	4	4	3	15	3,75
26	5	4	4	4	17	4,25
27	3	5	4	2	14	3,50
28	5	5	3	3	16	4,00
29	4	5	4	2	15	3,75
30	3	5	5	4	17	4,25
31	5	5	4	2	16	4,00

32	5	4	4	4	17	4,25
33	3	4	4	5	16	4,00
34	3	5	4	1	13	3,25
35	2	5	4	3	14	3,50
36	3	5	4	1	13	3,25
37	4	2	5	5	16	4,00
38	3	5	4	3	15	3,75
39	2	2	3	3	10	2,50
40	3	3	4	3	13	3,25
41	3	4	4	2	13	3,25
42	4	5	4	5	18	4,50
43	5	5	5	1	16	4,00
44	3	4	3	4	14	3,50
45	3	4	4	5	16	4,00
46	4	4	4	4	16	4,00
47	4	5	5	1	15	3,75
48	5	5	5	1	16	4,00
49	4	4	4	1	13	3,25
50	4	4	4	2	14	3,50
51	4	5	3	4	16	4,00
52	3	5	5	2	15	3,75
53	5	5	5	1	16	4,00
54	5	4	5	4	18	4,50
55	4	4	4	2	14	3,50
56	4	5	4	1	14	3,50
57	3	4	3	3	13	3,25
58	4	4	3	5	16	4,00
59	3	5	4	3	15	3,75
60	2	3	3	5	13	3,25
61	4	4	4	1	13	3,25
62	2	3	5	5	15	3,75
63	5	4	5	5	19	4,75
64	5	2	3	3	13	3,25
65	4	4	4	3	15	3,75
66	2	4	2	4	12	3,00
67	5	2	4	4	15	3,75
68	5	4	3	5	17	4,25

69	1	5	3	4	13	3,25
70	1	5	4	4	14	3,50
71	4	4	2	5	15	3,75
72	5	4	4	4	17	4,25
73	4	4	5	4	17	4,25
74	5	5	2	4	16	4,00
75	5	5	4	5	19	4,75
76	1	5	5	4	15	3,75
77	5	4	5	5	19	4,75
78	3	4	1	5	13	3,25
79	5	4	3	5	17	4,25
80	4	4	2	5	15	3,75
81	5	3	1	5	14	3,50
82	5	4	4	3	16	4,00
83	4	4	4	5	17	4,25
84	5	5	5	4	19	4,75
85	4	5	4	2	15	3,75
86	3	4	4	3	14	3,50
87	4	4	4	3	15	3,75
88	5	5	4	2	16	4,00
89	4	5	5	2	16	4,00
90	5	5	5	1	16	4,00
91	3	4	4	4	15	3,75
92	5	5	5	4	19	4,75
93	4	4	4	3	15	3,75
94	4	4	4	2	14	3,50
95	3	4	3	3	13	3,25
96	4	4	4	2	14	3,50
97	4	5	3	5	17	4,25
98	3	4	3	3	13	3,25
99	4	4	3	3	14	3,50
100	4	4	3	3	14	3,50
Jumlah Skor					1.500	375,00
Rata-rata Skor						3,75

c. Tabulasi Data Variabel Gaya Hidup (X3)

Gaya Hidup (X3)					
No. Responden	Pernyataan			Jumlah Skor	Rata-rata Skor
	X3.1	X3.2	X3.3		
1	4	4	5	13	4,33
2	5	5	5	15	5,00
3	5	5	4	14	4,67
4	4	4	4	12	4,00
5	4	5	5	14	4,67
6	4	4	4	12	4,00
7	5	4	3	12	4,00
8	4	3	5	12	4,00
9	5	5	5	15	5,00
10	5	5	4	14	4,67
11	5	4	4	13	4,33
12	4	5	4	13	4,33
13	5	4	4	13	4,33
14	4	5	4	13	4,33
15	4	4	5	13	4,33
16	5	5	5	15	5,00
17	5	4	4	13	4,33
18	5	5	5	15	5,00
19	4	4	4	12	4,00
20	4	4	4	12	4,00
21	4	5	4	13	4,33
22	5	4	4	13	4,33
23	4	5	4	13	4,33
24	4	5	4	13	4,33
25	4	4	4	12	4,00
26	4	5	5	14	4,67
27	4	4	4	12	4,00
28	5	5	4	14	4,67
29	5	5	4	14	4,67
30	5	5	5	15	5,00
31	5	5	4	14	4,67
32	5	4	4	13	4,33

33	4	5	5	14	4,67
34	4	3	4	11	3,67
35	4	5	4	13	4,33
36	4	4	5	13	4,33
37	5	5	4	14	4,67
38	5	4	4	13	4,33
39	4	4	4	12	4,00
40	4	4	4	12	4,00
41	5	5	5	15	5,00
42	5	5	5	15	5,00
43	5	5	5	15	5,00
44	5	4	4	13	4,33
45	5	5	5	15	5,00
46	4	5	5	14	4,67
47	5	4	4	13	4,33
48	5	5	5	15	5,00
49	4	4	4	12	4,00
50	4	4	4	12	4,00
51	4	4	5	13	4,33
52	4	5	4	13	4,33
53	5	5	5	15	5,00
54	5	5	5	15	5,00
55	4	4	4	12	4,00
56	3	5	5	13	4,33
57	4	4	4	12	4,00
58	4	5	4	13	4,33
59	5	4	4	13	4,33
60	5	4	4	13	4,33
61	5	5	5	15	5,00
62	4	2	4	10	3,33
63	4	4	4	12	4,00
64	5	2	4	11	3,67
65	4	3	4	11	3,67
66	4	3	4	11	3,67
67	4	5	2	11	3,67
68	4	4	5	13	4,33
69	5	3	4	12	4,00

70	5	2	5	12	4,00
71	4	3	5	12	4,00
72	4	5	5	14	4,67
73	4	3	5	12	4,00
74	5	3	2	10	3,33
75	4	3	5	12	4,00
76	3	5	2	10	3,33
77	3	5	5	13	4,33
78	5	3	4	12	4,00
79	2	4	5	11	3,67
80	5	5	4	14	4,67
81	4	3	5	12	4,00
82	4	4	5	13	4,33
83	2	5	5	12	4,00
84	5	5	5	15	5,00
85	4	4	4	12	4,00
86	4	3	4	11	3,67
87	4	4	4	12	4,00
88	5	5	4	14	4,67
89	5	5	5	15	5,00
90	5	5	5	15	5,00
91	4	4	4	12	4,00
92	5	5	5	15	5,00
93	5	5	5	15	5,00
94	4	4	4	12	4,00
95	4	4	4	12	4,00
96	4	4	4	12	4,00
97	5	5	5	15	5,00
98	4	3	4	11	3,67
99	5	4	5	14	4,67
100	4	2	5	11	3,67
Jumlah Skor				1.296	432,00
Rata-rata Skor					4,32

d. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)						
No. Responden	Pernyataan				Jumlah Skor	Rata-rata Skor
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
1	3	4	5	4	16	4,00
2	5	5	5	5	20	5,00
3	4	5	4	4	17	4,25
4	4	4	4	4	16	4,00
5	5	4	5	5	19	4,75
6	4	4	4	4	16	4,00
7	4	4	3	3	14	3,50
8	4	3	4	4	15	3,75
9	4	4	5	5	18	4,50
10	3	4	5	5	17	4,25
11	4	4	4	3	15	3,75
12	4	4	4	4	16	4,00
13	4	4	4	4	16	4,00
14	4	4	4	3	15	3,75
15	4	5	4	4	17	4,25
16	4	4	4	5	17	4,25
17	4	5	3	4	16	4,00
18	4	5	4	5	18	4,50
19	4	4	4	2	14	3,50
20	4	4	3	4	15	3,75
21	4	4	3	4	15	3,75
22	5	4	5	1	15	3,75
23	5	4	3	4	16	4,00
24	5	5	4	4	18	4,50
25	5	4	4	4	17	4,25
26	4	5	5	5	19	4,75
27	4	5	2	4	15	3,75
28	4	5	3	4	16	4,00
29	5	4	4	4	17	4,25
30	4	5	4	4	17	4,25
31	4	3	5	3	15	3,75

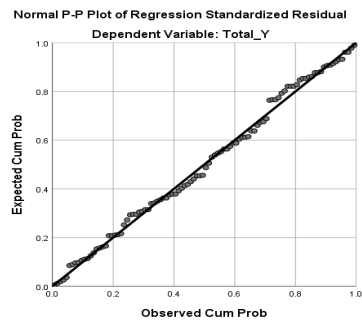
32	4	5	3	5	17	4,25
33	3	5	5	3	16	4,00
34	4	3	5	1	13	3,25
35	4	3	5	4	16	4,00
36	5	4	3	4	16	4,00
37	1	5	5	4	15	3,75
38	4	4	4	3	15	3,75
39	2	3	4	3	12	3,00
40	5	3	4	3	15	3,75
41	5	2	5	4	16	4,00
42	4	5	3	5	17	4,25
43	3	5	4	5	17	4,25
44	4	4	4	3	15	3,75
45	5	1	5	5	16	4,00
46	4	4	4	4	16	4,00
47	5	2	5	4	16	4,00
48	5	3	4	5	17	4,25
49	4	2	4	4	14	3,50
50	4	4	2	4	14	3,50
51	5	4	5	3	17	4,25
52	4	2	4	5	15	3,75
53	5	5	4	2	16	4,00
54	4	5	4	5	18	4,50
55	2	3	5	3	13	3,25
56	4	5	5	4	18	4,50
57	4	4	4	3	15	3,75
58	4	4	4	4	16	4,00
59	5	5	2	5	17	4,25
60	4	4	4	5	17	4,25
61	4	4	4	4	16	4,00
62	5	3	2	4	14	3,50
63	5	5	5	4	19	4,75
64	5	2	2	2	11	2,75
65	3	4	4	4	15	3,75
66	4	3	5	2	14	3,50
67	3	2	4	1	10	2,50
68	4	4	4	5	17	4,25

69	5	4	3	2	14	3,50
70	5	4	2	4	15	3,75
71	5	1	4	5	15	3,75
72	3	4	5	2	14	3,50
73	2	5	5	5	17	4,25
74	5	1	3	5	14	3,50
75	4	4	5	4	17	4,25
76	3	1	5	4	13	3,25
77	3	1	5	4	13	3,25
78	5	2	4	4	15	3,75
79	4	5	4	4	17	4,25
80	3	5	2	4	14	3,50
81	5	2	3	5	15	3,75
82	4	4	3	4	15	3,75
83	2	5	3	4	14	3,50
84	4	4	4	4	16	4,00
85	4	4	4	4	16	4,00
86	4	3	4	4	15	3,75
87	4	4	4	4	16	4,00
88	4	5	5	4	18	4,50
89	4	5	5	3	17	4,25
90	5	5	5	5	20	5,00
91	4	4	4	4	16	4,00
92	5	5	5	5	20	5,00
93	4	4	4	4	16	4,00
94	4	4	3	4	15	3,75
95	4	4	4	3	15	3,75
96	4	4	3	3	14	3,50
97	5	4	4	4	17	4,25
98	4	4	4	4	16	4,00
99	5	5	5	5	20	5,00
100	4	3	4	3	14	3,50
Jumlah Skor					1.581	395,25
Rata-rata Skor						3,95

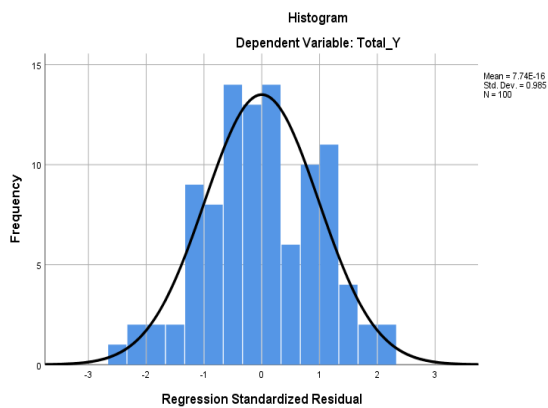
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a. Histogram



b. P-Plot



c. One Sample Kolmogorv smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardize
d Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28531733
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.045
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Linearitas

a. Uji Linearitas Variabel Promosi Media Sosial (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Promosi Media Sosial (X1)	Between Groups	(Combined)	143.100	6	23.850	12.582	.000
		Linearity	124.498	1	124.498	65.678	.000
		Deviation from Linearity	18.602	5	3.720	1.963	.091
	Within Groups		176.290	93	1.896		
	Total		319.390	99			

b. Uji Linearitas Kesadaran Merek (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y * Total_X2	Between Groups	(Combined)	64.228	8	8.028	2.863	.007
		Linearity	54.613	1	54.613	19.477	.000
		Deviation from Linearity	9.615	7	1.374	.490	.840
	Within Groups		255.162	91	2.804		
	Total		319.390	99			

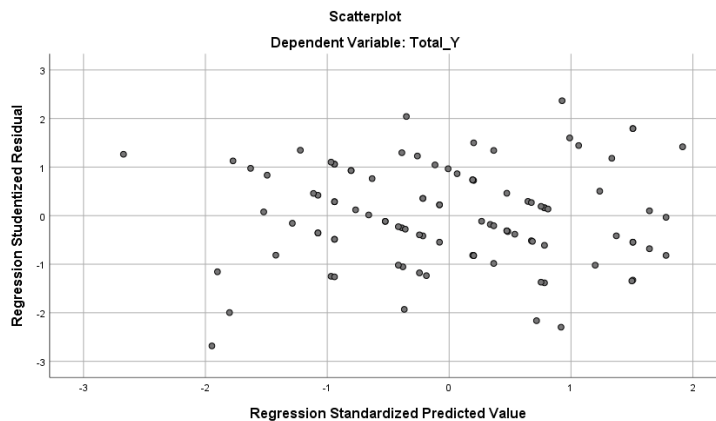
c. Uji Linearitas Gaya Hidup (X3)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total_Y * Total_X3	Between Groups	(Combined)	114.864	5	22.973	10.558	.000
		Linearity	112.834	1	112.834	51.858	.000
		Deviation from Linearity	2.030	4	.507	.233	.919
	Within Groups		204.526	94	2.176		
	Total		319.390	99			

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.319	1.548		.852	.396		
	Promosi Media Sosial (X1)	.523	.122	.394	4.275	.000	.629	1.589
	Kesadaran Merek (X2)	.171	.083	.165	2.060	.042	.827	1.209
	Gaya Hidup (X3)	.388	.125	.292	3.091	.003	.596	1.677
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)								

4. Uji Heteroskedasitas



Lampiran 6 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.319	1.548		.852	.396
	Promosi Media Sosial (X1)	.523	.122	.394	4.275	.000
	Kesadaran Merek (X2)	.171	.083	.165	2.060	.042
	Gaya Hidup (X3)	.388	.125	.292	3.091	.003
d. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian (Y)						

2. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.838	3	51.946	30.491	.000 ^b
	Residual	163.552	96	1.704		
	Total	319.390	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X3), Kesadaran Merek (X2), Promosi Media Sosial (X1)						

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.472	1.305
a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1				
b. Dependent Variable: Total_Y				

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi



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 : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Adila Fahmi Mahendra

NBI : 1122000116

Program Studi : Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Dra. Sri Andayani, M.M.

Dosen Pembimbing II : Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.

Judul Skripsi : *Pengaruh Iklan Online, Kesadaran Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa UNTAG Surabaya*
Promosi media sosial
Perbaikan : Pengaruh promosi media sosial, kesadaran merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung pada Mahasiswa FISIP UNTAG Surabaya Angkatan 2020-2023

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	24/2024	Ace. Judul	§	
2.	25 Mei 24	bab I Ch btk, tujuannya		✓
3.	30 Apr 24	bab I Ace		✓
4.	2 Mei 24	bab II PerG, teori, Simp PH		✓
5.	7 Mei 24	bab II Ace		✓
6.	13/5/24	Bab I & II Ace	§	
7.	13 Mei 24	bab III PerG, Qnt		✓
8.	15 Mei 24	bab III & Qnt Ace		✓
9.	15 Mei 24	bab IV & Kuesioner	§	✓
10.	22 Mei 24	bab IV Ace		
11.	22/5/24	Bab IV Ace	§	
12.	30 Mei	bab V Ace & PerG		✓
13.	3/24	bab V Ace & Qnt	§	

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

[illegible]

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

Tanggal :

Ed. Budape

✓ 3/6/24

Lampiran 8 Lembar Revisi Skripsi

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

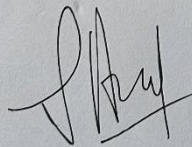
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Adila Fahmi Mahendra
NIM : 1122000116
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial, Kesadaran Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa FISIP UNTAG Surabaya Angkatan 2020-2023

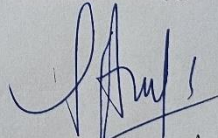
Catatan Perbaikan:

- Penulisan Abstrak Satu Spasi
- Pembahasan Hasil banyak bls
Statistik

Surabaya, 03 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


Sri Andayani

Revisi dari Dosen Penguji,


Sri Andayani

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Adila Fahmi Mahendra
NIM : 1122000116
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi :

Pengaruh Promosi Media Sosial, Kesadaran Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa FISIP UNTAG Surabaya Angkatan 2020-2023

Catatan Perbaikan:

- Kesimpulan & pembekalan
- pembahasan (statistik)
- R² (tutup variabel teori & alasan)
- tabel 4.5 klasifikasi pendapatan & usia

Surabaya, 09 Juli 2024
Persetujuan 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 NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Adila Fahmi Mahendra

NIM : 1122000116

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 3 Juli 2024

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial, Kesadaran Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa FISIP UNTAG Surabaya Angkatan 2020-2023

Catatan Perbaikan:

1. Perbaiki teknik penulisan
2. Tambahkan teori
3. Saran / rekomendasi tambahan

Surabaya, 03 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Acc
9/7/24
Ajun M

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

Lampiran 9 Surat keterangan Hasil Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
 Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
 Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:393/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
 NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Adila Fahmi Mahendra
 NBI : 1122000116

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian disertasi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 04 Juni 2024

Mengetahui
 Kepala Lab. Otda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Lampiran 10 Hasil Turnitin Jurnal

Jurnal_Adila Fahmi Mahendra.doc			
ORIGINALITY REPORT			
16%	15%	7%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	jurnal.febi-inais.ac.id Internet Source	3%	
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	2%	
3	es.scribd.com Internet Source	1%	
4	Nafik Umurul Hadi, Tri Kresna Murti. "Analisis Biaya Pendidikan dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di SMP Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2019 Publication	1%	
5	repository.uph.edu Internet Source	1%	
6	repository.um.ac.id Internet Source	1%	