

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA DAN ULASAN
PELANGGAN *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Oleh :

ACHMAD ANDIKA FIRDAUS
NBI : 1212000067

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

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA DAN ULASAN
PELANGGAN *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



Diajukan oleh:

Achmad Andika Firdaus

NBI: 1212000067

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

2024

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI HARGA PRODUK DAN
ULASAN PELANGGAN *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MANAJEMEN UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

ACHMAD ANDIKA FIRDAUS

NBI : 1212000067

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023/2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Achmad Andika Firdaus

NBI : 1212000067

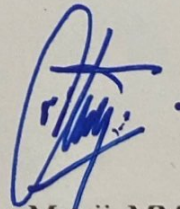
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi harga dan Ulasan Pelanggan *online* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 5 Juni 2024

Mengetahui / Menyetujui
Pembimbing

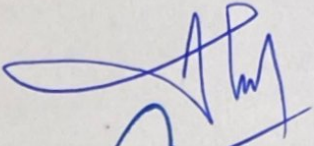
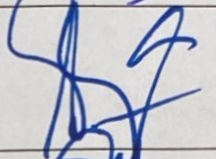
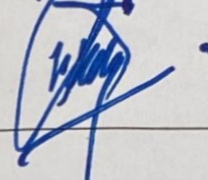


Drs. Ec. Maraji, MM

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan di depan 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 12 Januari 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|-------------------------------|-----------|---|
| 1. Dr. A. HALIK, MM | - Ketua |  |
| 2. Drs. Ec. Sigit Santoso, MM | - Anggota |  |
| 3. Drs. Ec. Mataji, MM | - Anggota |  |

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| 1. Nama Lengkap (KTP) | : Achmad Andika Firdaus (L) |
| 2. NBI | : 1212000067 |
| 3. Fakultas | : Fakultas Ekonomi dan Bisnis |
| 4. Program Studi | : Manajemen |
| 5. NIK (KTP) | : 3578101403020001 |
| 6. Alamat Rumah (KTP) | : Jl. Kenjeran no. 174 |

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Harga, dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 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 baik 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 adanya sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya

Surabaya, 5 Juni 2024

Yang Membuat



(Achmad Andika Firdaus)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Andika Firdaus
NBI : 1212000067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Harga, Dan Ulasan Pelanggan *Online* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau 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,

(Achmad Andika Firdaus)

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

KATA PERSEMBAHAN

“Dengan rasa tulus dan penuh rasa syukur, saya mengucapkan kata persembahan ini sebagai ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan inspirasi selama perjalanan penulisan skripsi ini. Keluarga tercinta, terima kasih atas doa, cinta, dan dukungan tanpa syarat yang selalu mengiringi setiap langkah. Kepada pembimbing terhormat terima kasih atas bimbingan, arahan, saran serta kesabaran yang luar biasa yang diberikan selama penelitian ini. Tak lupa kepada teman-teman terima kasih atas semangat, dukungan, dan kebersamaan yang membuat perjalanan ini lebih berwarna.”

MOTTO

"Selalu akhiri hari dengan pikiran positif. Tidak peduli seberapa sulitnya, besok adalah kesempatan baru untuk membuatnya lebih baik."

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah subhanahu wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Harga, Dan Ulasan Pelanggan Online Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”**. Tidak lupa penulis tuturkan salawat serta salam kepada Nabi Muhammad Salallahu Alaihi Wassalam yang telah menuntun kita dari zaman kegelapan hingga ke zaman yang terang benderang seperti pada saat ini. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penulisan skripsi ini berkat dukungan, doa, saran, dan masukan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. EC. Mataji, MM selaku dosen pembimbing tugas akhir, terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dukungan, ilmu, serta selalu meluangkan waktu disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Semoga jerih payah bapak dibalas Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan.
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 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi Bisnis.
4. Ibu Dr. Ulfi Pristiana, M.S selaku Ketua Program Studi Manajemen. Terimakasih telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu dan banyak membantu kelancaran proses perkuliahan penulis.
5. Ibu Dra. Ec. Sri Budi Kasiyati, MM dan Ibu Dra. Ec. Ratnaningsih SY, MM selaku dosen penguji seminar proposal serta Dr. A. Halik, MM dan Drs. Ec. Sigit Santoso, MM selaku dosen penguji sidang akhir. Terimakasih telah memberikan kritik dan saran, dukungan, ilmu, dan meluangkan waktu disela kesibukan selama proses pengerjaan tugas akhir. Semoga jerih payah bapak dan ibu dibalas Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.

7. Orang tua penulis yang sangat dicintai dan dibanggakan. Bapak Rachmad Juliandi dan Ibu Nunuk Prambudi Arsih. Berkat doa, dukungan, semangat serta motivasi tiada henti dari beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai dan dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, karena tanpa doa dan dukungan dari beliau saya tidak mungkin sampai di titik ini.
8. Teman saya “Alif Kurniawan Wiratama” terima kasih tidak terhingga atas perjalanan luar biasa ini yang kita lalui bersama dalam menyelesaikan skripsi. Bersama-sama kita menulis setiap bab, mengatasi setiap tantangan, dan merayakan setiap kemajuan. Kebersamaan kita membuktikan bahwa dalam persaudaraan, beban terasa ringan dan sukses terasa lebih berarti.
9. Teman teman dalam grup “Bestie Selamanya (Syafa, Shofi , Tiwi , Windi, Nia, Alif, Adri, Ody). Terima kasih telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir. Terimakasih sudah menjadi support system terbaik bagi penulis.
10. Kepada diri saya sendiri. Terimakasih sudah bertahan samai detik ini, selalu sabar dalam menghadapi rintangan dan cobaan tetap berjuang dalam keadaan apapun.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi saya ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk memperbaiki skripsi saya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 5 Juni 2024



Achmad Andika Firdaus

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, persepsi harga, dan ulasan pelanggan *online* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa program studi manajemen universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang kemudian dianalisis dengan bantuan Software IBM SPSS Versi 25. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah 102 responden Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan Uji T, Uji F dan koefisien determinasi (R^2)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini valid dan reliabel, hasil uji T menyatakan bahwa promosi penjualan, persepsi harga dan ulasan pelanggan *online* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa Pengaruh promosi penjualan, persepsi harga, dan ulasan pelanggan *online* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa program studi manajemen universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sedangkan uji koefisien determinasi menunjukkan pengaruh variabel independent yaitu sebesar 78% sedangkan sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Persepsi harga, Ulasan Pelanggan *Online*, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of sales promotions, price perceptions, and online customer reviews on Samsung smartphone purchasing decisions among management study program students at the University of 17 August 1945 Surabaya. This research uses a quantitative method with a questionnaire as a data collection tool which is then analyzed with the help of IBM SPSS Version 25 software. The sample in this research uses a non-probability sampling technique with a total of 102 respondents from Management Study Program students at the University of 17 August 1945 Surabaya. The instrument test used in this research is the validity and reliability test, the data analysis used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing using the T Test, F Test and coefficient of determination (R^2)

The results of this research show that all indicators in this research are valid and reliable. The T test results state that sales promotions, price perceptions and online customer reviews partially have a significant effect on purchasing decisions. The results of the F test show that the influence of sales promotions, price perceptions, and online customer reviews simultaneously have a significant influence on the decision to purchase Samsung smartphones among management study program students at the University of 17 August 1945 Surabaya. Meanwhile, the coefficient of determination test shows that the influence of the independent variable is 78%, while the remaining 22% is influenced by other variables outside the model studied.

Keywords: Sales Promotion, Price Perception, Online Customer Reviews, Purchasing Decisions

RINGKASAN

PT Samsung Electronics Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang elektronik dan teknologi termasuk *Smartphone*. Merupakan anak perusahaan Samsung *electronics* dari Korea, Samsung masuk pasar Indonesia pada awal 2000. Fokusnya adalah mempertahankan fokus pada inovasi, pengalaman pengguna, diversifikasi produk, kualitas konstruksi, dan keamanan, Samsung terus memperkuat posisi mereka sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industri *smartphone*. Samsung Indonesia berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Kav. 21 - 23 Jakarta. Target pengguna adalah pengguna yang mencari *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, seperti komunikasi, hiburan, produktivitas, dan konektivitas. Mereka mencari perangkat yang andal, mudah digunakan, dan dapat diandalkan.

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dengan waktu penelitian dilakukan mulai bulan April – Mei 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 102 responden dan menggunakan jenis data kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Hasil uji normalitas menggunakan pengujian one sampel Kolmogorov Smirnov (KS), memiliki nilai distribusi normal karena Asymp. Sig 2 Tailed (0,006), lebih besar dari $\alpha = 5\%$ (0,05) dapat dikatakan berdistribusi normal. Kemudian hasil Uji R^2 . didapatkan nilai pada Adjusted R Square sebesar 0.780 atau 78% yang artinya pengaruh Promosi Penjualan (X_1), Persepsi Harga (X_2) dan Ulasan Pelanggan *Online* (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sedangkan sisanya sebesar 22% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil uji F menunjukan bahwa hasil yang di peroleh nilai F hitung sebesar $120,575 > 2,70$ Dengan nilai signifikan sebesar 0.000.

SUMMARY

PT Samsung Electronics Indonesia is a company operating in the field of electronics and technology including smartphones. A subsidiary of Samsung electronics from Korea, Samsung entered the Indonesian market in early 2000. Samsung continues to strengthen their position as one of the market leaders in the smartphone industry. Samsung Indonesia is located at Jl. Gen. Sudirman Kav. 21 - 23 Jakarta. The target users are users who are looking for a smartphone that can meet their daily needs, such as communication, entertainment, productivity and connectivity. They are looking for a device that is reliable, easy to use, and dependable.

This research was conducted on students at the University of 17 August 1945 Surabaya. The research period was carried out from April – May 2024. The population in this research were students of the Management Study Program at the University of 17 August 1945 Surabaya. The number of samples used was 102 respondents and used quantitative data. The analysis technique used is multiple regression analysis, with hypothesis testing using partial tests (T Test), Simultaneous Tests (F Test) and Coefficient of Determination Test (R^2).

The normality test results using the one sample Kolmogorov Smirnov (KS) test have normal distribution values because Asymp. Sig 2 Tailed (0.006), greater than $\alpha = 5\%$ (0.05) can be said to be normally distributed. Then the R^2 Test results. The value obtained for the Adjusted R Square is 0.780 or 78%, which means the influence of Sales Promotion (X1), Price Perception (X2) and Online Customer Reviews (X3) on Purchasing Decisions (Y) while the remaining 22% is influenced by other variables that are not researched. Based on the results of the F test, it shows that the calculated F value is $120.575 > 2.70$ with a significant value of 0.000.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xii
<i>SUMMARY</i>	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.5 Promosi Penjualan	12
2.1.6 Persepsi Harga.....	14
2.1.7 Ulasan Pelanggan <i>Online (Online Customer Review)</i>	16

2.1.8 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hubungan Antara Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian	24
2.3.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian..	24
2.3.3 Hubungan Antara Ulasan Pelanggan <i>Online</i> dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian	25
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
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
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operational.....	29
3.6.1 Definisi Variabel	29
3.6.2 Definisi Operational	29
3.7 Proses Pengolahan Data	32
3.8 Metode analisis Data	32
3.8.1 Uji Instrumen.....	32
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	33

3.9 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	34
3.9.1 Teknik Pengujian Hipotesis	34
3.9.2 Analisis Data	34
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	37
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Penelitian	37
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	39
4.3 Metode Analisis Data.....	43
4.3.1 Uji Instrumen.....	43
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.4 Analisis Data.....	48
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.4.2 Analisis Koefisiensi Determinasi (R^2)	49
4.5 Pengujian Hipotesis	50
4.5.1 Uji Parsial (Uji T).....	50
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	51
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.6.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.3 Pengaruh Ulasan Pelanggan <i>Online</i> Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.7 Implikasi Penelitian	53
4.8 Keterbatasan Penelitian	54
BAB V	55
PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
Lampiran	61

Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	29
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert	32
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Usia.....	38
Tabel 4. 3 Program Studi.....	38
Tabel 4. 4 Pembelian dan Memakai <i>Smartphone</i> Samsung	39
Tabel 4. 5 Variabel X1	40
Tabel 4. 6 Variabel X2.....	40
Tabel 4. 7 Variabel X3.....	41
Tabel 4. 8 Variabel Y	43
Tabel 4. 9 Uji validitas	44
Tabel 4. 10 Uji Reabilitas.....	45
Tabel 4. 11 Uji Normalitas.....	46
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
Tabel 4. 15 Uji T	50
Tabel 4. 16 Uji F	51

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Indonesia	1
Gambar 1. 2 Market 5 Perusahaan <i>Smartphone</i> Terbesar di Indonesia	2
Gambar 1. 3 Contoh Penjualan <i>Online</i>	5
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	47

Daftar Lampiran

Lampiran 1. 1 Identitas Responden dan Pernyataan	61
Lampiran 1. 2 Tabulasi Data Penelitian.....	66
Lampiran 1. 3 Hasil Uji SPSS.....	78
Lampiran 1. 4 Surat Izin Penelitian	85
Lampiran 1. 5 Kartu Bimbingan Skripsi.....	86
Lampiran 1. 6 Bukti Turnitin.....	87