

**PENGARUH *E-WOM* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Ari Widianto

8135162201



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**THE EFFECT OF E-WOM AND LIFESTYLE TOWARDS STUDENTS
PURCHASE DECISIONS OF SHOPEE IN THE FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

Ari Widiyanto

8135162201



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This thesis is written as a qualification to get Educational Bachelor Degree on
Economic Faculty of State University of Jakarta**

**BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020**

ABSTRAK

Ari Widiyanto, 8135162201, Pengaruh E-WOM dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara E-WOM dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan terhitung sejak Februari sampai Juli 2020 di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* sebanyak 126 sampel dengan menggunakan data primer. Teknik pengujian yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan hasil $\hat{Y} = 25,408 + 0,378 X_1 + 0,287 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,84, dan X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai yang signifikan pada linieritas yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Berikutnya dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 3,428$ dan $t_{tabel} = 1,97944$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 2,899$ dan $t_{tabel} = 1,97944$. Nilai koefisien korelasi antara variabel E-WOM (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,425 dan gaya hidup (X_2) terhadap keputusan pembelian sebesar 0,400. Sehingga, terdapat hubungan positif dan signifikan antara E-WOM dengan keputusan pembelian, dan terdapat hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara E-WOM dan gaya hidup dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,233 yang menunjukkan bahwa 23,3% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh E-WOM dan gaya hidup, sementara 76,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, E-WOM, Gaya Hidup

ABSTRACT

ARI WIDIANTO, *The Effect of E-WOM and lifestyle Towards Student's Purchase Decision of Shopee Marketplace in FE, UNJ. Thesis, Jakarta: Faculty of Economics, University of Jakarta 2020.*

The study aims to determine the correlation between E-WOM and lifestyle with purchase decisions of Shopee in the Faculty Economics, Universitas Negeri Jakarta. This research was conducted for 6 month starting from February to July 2020. The research method used is survey method with the correlation approach, the population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used is purposive sampling as many as 126 people. Resulting a regression equation by $\hat{Y} = 25,408 + 0,378 X_1 + 0,287 X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X1 with Kolmogorov-Smimov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200, X₁ equal to 0,84 and X₂ equal to 0,200. . Because the significance level is > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Testing linearity of regression Y on X₁ an Y on X₂ yields a significance value on linearity, that is 0,000 < 0,050, so it's concluded that it has a linear relationship. Then performed the test of significance correlation coefficient using t test and resulting that Y on X₁ $t_{count} = 3,428$ and $t_{table} = 1,97944$, Y on X₂ $t_{count} = 2,899$ and $t_{table} = 1,97944$. The value correlation coefficient between variable of price (X₁) to the purchase decision (Y) equal to 0,425, lifestyle (X₂) to purchase decision (Y) equal to 0,400. So there is a positive and significant relationship between E-WOM and purchase decisions, as well as a lifestyle and purchase decision is. Thus, it can conclude a positive and significant relation between E-WOM and lifestyle with purchase decisions. The coefficient of determination Y on X₁ and X₂ obtained by 0,233 indicating that 23,3% variable purchase decision is determined by E-WOM and lifestyle. Meanwhile the remaining 76,7% is influenced by other factors.

Keyword: Purchase Decision, E-WOM, Lifestyle,.

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP 195507221982102001 (Ketua)		19 Agustus 2020
2	<u>Terrylina Arvinta M. SE,</u> <u>MM</u> NIDN. 885466001 (Sekretaris)		17 Agustus 2020
3	<u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP 196003011987031001 (Penguji Ahli) 195909181985032011		18 Agustus 2020
4	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM,</u> <u>M.Si</u> NIP 196610302000121001 (Pembimbing 1)		17 Agustus 2020
5	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP 197701112008122003 (Pembimbing 2)		19 Agustus 2020

Nama : Ari Widiyanto
No. Registrasi : 8135162201
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 19 Agustus 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2020



Ari Widiyanto

NIM. 8135162201



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

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

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ari Widiyanto
NIM : 8135162201
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : @riwidiyanto@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh E-WOM dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee pada mahasiswa Fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 29 Agustus 2020

Penulis

(Ari Widiyanto)
nama dan tanda tangan

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Your only limit is your mind”

“indeed, Allah defends those who believe” Q.S 22:38

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga saya yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk mengejar cita-cita saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bapak Nurdin dan Bu Rina yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *EWOM* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA sebagai dosen pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta saya, yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 dan juga teman-teman sebangunan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2020

Ari Widiyanto

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12

D.	Kebaruan Penelitian	12
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
A.	Latar Belakang Teori.....	16
1.	Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	16
2.	<i>EWOM (Electronic Word Of Mouth)</i>	22
3.	Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	24
B.	Kerangka Teoritik dan Hipotesis.....	28
1.	Kerangka Teoritik.....	28
2.	Hipotesis	31
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	33
1.	Tempat Penelitian	33
2.	Waktu Penelitian.....	33
B.	Pendekatan Penelitian.....	34
1.	Metode	34
2.	Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	35

C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	36
1.	Populasi.....	36
2.	Sampel	37
D.	Penyusunan Instrumen	37
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y)	38
2.	<i>EWOM</i> (Variabel X1).....	43
3.	Gaya Hidup (Variabel X2).....	49
E.	Teknik Pengumpulan Data	54
F.	Teknik Analisis Data.....	55
1.	Uji Persyaratan Analisis.....	55
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	56
3.	Uji Hipotesis	57
4.	Analisis Korelasi Ganda	58
5.	Perhitungan Koefisien Determinasi	58
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A.	Deskripsi Data	60
1.	Profil Responden.....	60

2. Profil Data	63
B. Pengujian Hipotesis	73
1. Pengujian Persyaratan Analisis	73
2. Persamaan Regresi Linier Berganda	76
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	79
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda	80
5. Pengujian Koefisien Determinasi	81
C. Pembahasan	84
1. E-WOM dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	84
2. E-WOM dengan Keputusan Pembelian	85
3. Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian	87
BAB V	89
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
1. E-WOM dengan Keputusan Pembelian	89
2. Gaya Hidup dengan keputusan Pembelian	90
B. Implikasi	90
C. Keterbatasan Penelitian	92

D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	93
1. Perusahaan Shopee.....	93
2. Bagi Penelitian Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	182



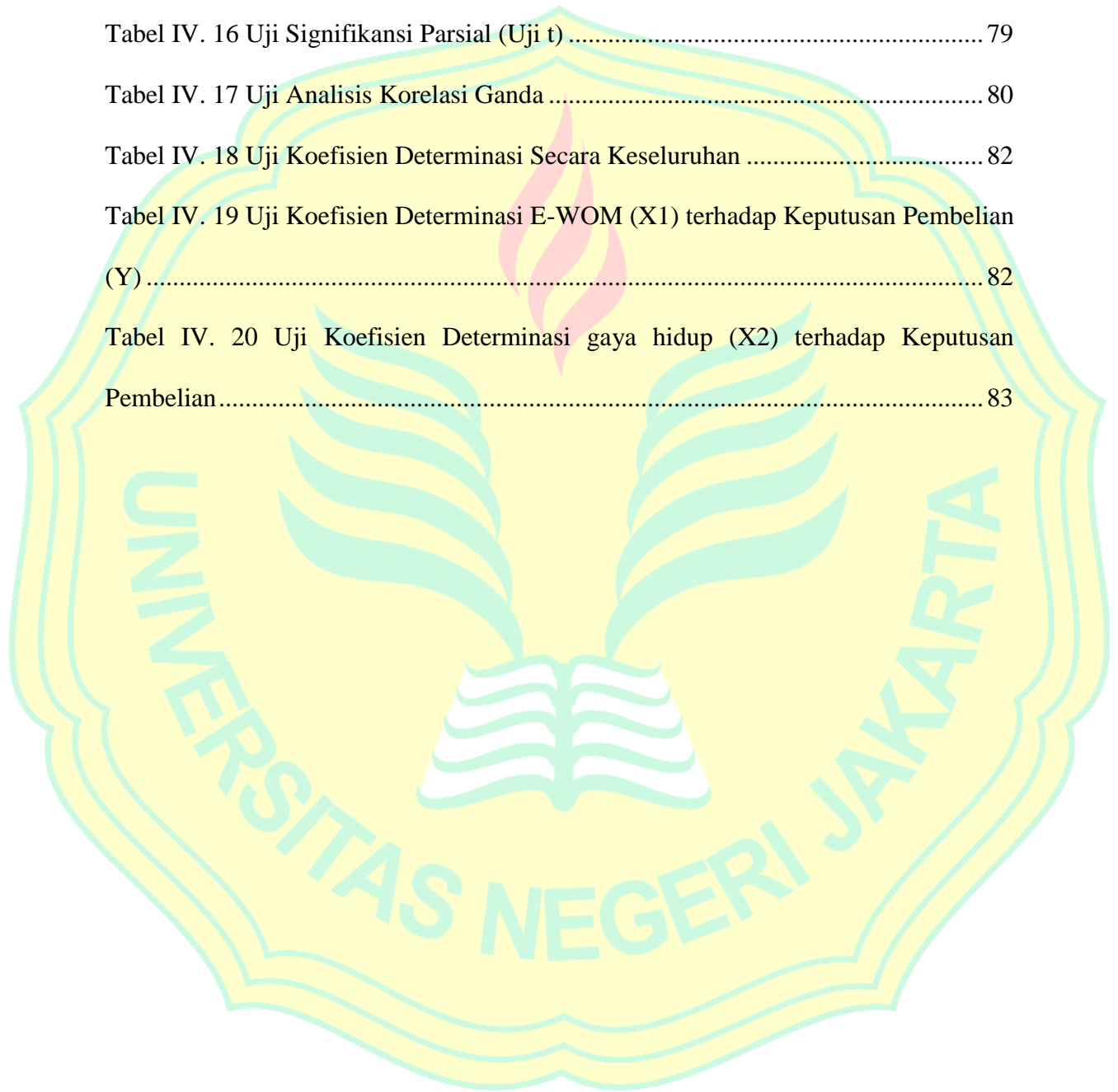
DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Pengguna aktif Internet di Indonesia	2
Gambar I. 2 Persaingan Toko Online.....	3
Gambar I. 3 Promo Gratis Ongkos Kirim	5
Gambar I. 4 Ulasan yang diberikan konsumen	6
Gambar I. 5 Hasil Survey Awal Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta	9
Gambar I. 6 Hasil Survey Awal Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta	9
Gambar I. 7 Hasil Survey Awal Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta	10
Gambar III. 1 Konstelasi X1 dan X2 (<i>EWOM</i> dan Gaya Hidup) dengan Y (Keputusan Pembelian).....	36
Gambar IV. 1 Grafik Usia Responden	61
Gambar IV. 2 Grafik program Studi Responden	63
Gambar IV. 3 Grafik Histogram Keputusan Pembelian	66
Gambar IV. 4 Grafik Histogram E-WOM	69
Gambar IV. 5 Grafik Histogram Gaya Hidup.....	72
Gambar IV. 6 Grafik Hubungan Antara E-WOM dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian persamaan regresi $\hat{Y} = 28,620 + 0,323 X_1 + 0,258 X_2$	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II. 1 Dimensi gaya hidup Menurut AIO	26
Tabel II. 2 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	32
Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	39
Tabel III. 2 Skala Instrumen Penilaian Keputusan Pembelian.....	40
Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen <i>EWOM</i>	44
Tabel III. 4 Skala Instrumen Penilaian <i>EWOM</i>	46
Tabel III. 5 Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup	50
Tabel III. 6 Skala Instrumen Penilaian Gaya hidup	51
Tabel IV. 1 Profil Usia Responden	61
Tabel IV. 2 Profil Program Studi Responden	62
Tabel IV. 3 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian	65
Tabel IV. 4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	65
Tabel IV. 6 Statistika Deskriptif E-WOM	67
Tabel IV. 7 Distribusi Frekuensi E-WOM.....	68
Tabel IV. 9 Statistika Deskriptif Gaya Hidup.....	70
Tabel IV. 10 Distribusi Frekuensi Gaya Hidup	70
Tabel IV. 11 Rata-rata Hitung Skor Indikator Gaya Hidup.....	73
Tabel IV. 12 Uji Normalitas.....	74
Tabel IV. 13 Uji Linieritas Variabel X1 terhadap Y.....	75

Tabel IV. 14 Uji Linieritas Variabel	76
Tabel IV. 15 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel IV. 16 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	79
Tabel IV. 17 Uji Analisis Korelasi Ganda	80
Tabel IV. 18 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	82
Tabel IV. 19 Uji Koefisien Determinasi E-WOM (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	82
Tabel IV. 20 Uji Koefisien Determinasi gaya hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi	100
Lampiran 2 Format Saran dan Perbaikan Penulisan Skripsi.....	101
Lampiran 3 Survei Awal Penelitian	102
Lampiran 4 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	103
Lampiran 5 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian)	106
Lampiran 6 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Keputusan Pembelian.....	107
Lampiran 7 Data Perhitungan Validitas Variabel Y (keputusan Pembelian)	108
Lampiran 8 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	109
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X1 (E-WOM).....	110
Lampiran 10 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X1 (E-WOM).....	113
Lampiran 11 Perhitungan Analisis Butir Variabel X1 (E-WOM)	114
Lampiran 12 Data Perhitungan Validitas Variabel X1 (E-WOM).....	115
Lampiran 13 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Reliabilitas Variabel X1 (E-WOM).....	116
Lampiran 14 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X2 (Gaya Hidup)	117
Lampiran 15 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Gaya Hidup)....	120
Lampiran 16 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Gaya Hidup).....	121

Lampiran 17 Data Perhitungan Validitas Variabel X2 (Gaya Hidup)	122
Lampiran 18 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Reliabilitas Variabel X2 (Gaya Hidup).....	123
Lampiran 19 Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	124
Lampiran 20 Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian)	127
Lampiran 21 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	130
Lampiran 22 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Keputusan Pembelian)	131
Lampiran 23 Skor Indikator Dominan Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	132
Lampiran 24 Kuesioner Final Penelitian Variabel X1 (E-WOM)	133
Lampiran 25 Data Mentah variabel X1 (E-WOM)	136
Lampiran 26 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X1 (E-WOM).....	140
Lampiran 27 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (E-WOM)	141
Lampiran 28 Skor Indikator Dominan Variabel X1 (E-WOM).....	142
Lampiran 29 Kuesioner Final Penelitian Variabel X2 (Gaya Hidup).....	143
Lampiran 30 Data Mentah Variabel X2 (Gaya Hidup).....	146
Lampiran 31 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X2 (Gaya Hidup)	150

Lampiran 32 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2 (Gaya Hidup)	151
Lampiran 33 Skor Indikator Dominan Variabel X2 (Gaya Hidup)	152
Lampiran 34 Data Mentah Variabel X1 (E-WOM) dan X2 (Gaya Hidup) dengan Y (Keputusan Pembelian)	153
Lampiran 35 Perhitungan Uji Normalitas	157
Lampiran 36 Perhitungan Uji Kelinearan Regresi X ₁ dengan Y	158
Lampiran 37 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$	159
Lampiran 38 Uji Perhitungan Regresi X ₁ dengan Y	160
Lampiran 39 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X ₁ dengan Y	161
Lampiran 40 Perhitungan Koefisien Determinasi X ₁ dengan Y	162
Lampiran 41 Perhitungan Uji Kelinearan Regresi X ₂ dengan Y	163
Lampiran 42 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$	164
Lampiran 43 Perhitungan Uji Regresi X ₂ dengan Y	165
Lampiran 44 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X ₂ dengan Y	166
Lampiran 45 Perhitungan Koefisien Determinasi X ₂ dengan Y	167
Lampiran 46 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 + cX_2$	168
Lampiran 47 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X ₁ dan X ₂ dengan Y	169
Lampiran 48 Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X ₁ dan X ₂ dengan Y	170

Lampiran 49 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 dengan Y	171
Lampiran 50 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	172
Lampiran 51 Tabel Nilai-Nilai r <i>Product Moment</i> dari Pearson.....	173
Lampiran 52 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t	174
Lampiran 53 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F	175
Lampiran 54 Daftar Nama Responden Uji Coba	176
Lampiran 55 Daftar Nama Responden Survei Final.....	178

