

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung, Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung
4. Iklan, kemudahan penggunaan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu by.U Telkomsel di Kota Bandar Lampung

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kartu by.U Telkomsel. Saran tersebut adalah :

1. Menyarankan kepada kartu by.U Telkomsel, untuk membuat iklan menggunakan selebriti yang mewakili karakteristik Generasi Z dan memberikan intruksi penggunaan promo pada iklan
2. Menyarankan kepada kartu by.U Telkomsel, menambah jenis aplikasi pada fitur *Topping* dan meningkatkan sistem sehingga tidak mudah eror
3. Menyarankan kepada kartu by.U Telkomsel, memperluas jaringan, meningkatkan kecepatan internet serta meningkatkan kecepatan call center dalam menangani keluhan pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A., & Yulihardi, Y. (2020). Pengaruh Iklan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis Pada Mahasiswa Fkip Universitas Bung Hatta Padang. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(2), 118-126.
- Andriani, Y., & Nuryati, N. (2020). Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo melalui Marketing Mix dan Brand Image di Kota Surakarta. *Kelola*, 7(1), 35-45.
- Asbara, I. W., & Basra, J. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Membeli Kartu GSM. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 611-625.
- Firdaus, R. F., Mariam, S., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 14(1), 44-53.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media.
- Gulliando, D., & Shihab, M. S. (2019). The effect of product quality, price and promotion on the purchase decision of telkomsel service products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 419-425.
- Hartini, H., & Syaekhun, M. A. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Digital Card By. U Di Kota. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 402-409.
- Hartono, N. W., & Sulistyowati, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *Kelola*, 8(1), 1-9.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Hidayatullah, M. N. (2020). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu As (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga). *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 22(1), 101-120.

- Kafabih, A., & Mukti, A. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sim Card Telkomsel, Indosat Ooredoo dan Hutchison 3 Indonesia Di Wilayah Jakarta Timur. *JURNAL ILMIAH BISNIS, PASAR MODAL DAN UMKM*, 1(2), 8-18.
- Lasaib, I. N. (2019). Pengaruh citra merek, iklan, kualitas yang dirasa terhadap keputusan pembelian sim card Telkomsel di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).
- Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). *Technology Adoption: A Conceptual Framework*, 31-50.
- Maulidiyah, D. N., & Arsyianto, M. T. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *SKETSA BISNIS*, 7(2), 94-105.
- Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Emas*, 1(1)
- Mukminin, S., & Farida, S.,N. (2021). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Digital by. U Di Surabaya Article Sidebar. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)* Vol. XII, No.2
- Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23-34.
- Nofrizal, N. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Untuk Mengetahui Penyebab Tidak Tercapainya Target Penjualan Kartu Perdana Im3 Pada PT. Indosat Tbk. Cabang Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(3), 239-243.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). Teori perilaku konsumen. Jawa tengah: NEM. PT. Nasya Expanding Management
- Nurcholifah, I. (2020). Strategi Bauran Produk Ikonik Umkm Aloevera Di Kota Pontianak. *JKUBS*, 1(1), 20-35.
- Permatasari, D. J., & Nugroho, A. T. (2022). Minat Beli Pengguna Kartu By. U Di Bekasi: Kemudahan Penggunaan, Fasilitas, Dan Citra Merek. *Jurnal Pelita Ilmu*, 16(01), 52-63.

- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). Effect of perceived ease of use, word-of-mouth communication, and brand image on decision to use Lazada E-commerce services. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 173-186.
- Radjapati, T. Y., Tumbuan, W. J., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Tobelo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Rahmizal, M., & Yuwendri, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3).
- Sari, A. N., Saniyah, E. Y., & Agustina, F. I. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Di Kota Mataram. *SOLID*, 11(2).
- Sari, R. F. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Shopee Pay. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 480-485.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap pengambilan keputusan menginap di The Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26-33.
- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57-71.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 54-68.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25-32.

## Lampiran I

# KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Mohon bantuan pengisian Kuesioner

Kepada Yth : Bapak/ Ibu, Saudara/ i  
Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1 Manajemen di Program Studi Manajemen IIB Darmajaya, Saya:

Nama : Dori Fansir

NPM : 1912110360

Sedang melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Iklan, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu By.U Telkomsel Di Kota Bandar Lampung”** Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu,saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul akan saya jaga kerahasiaanya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini semata. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, Februari 2023

Peneliti

Dori Fansir

NPM.1912110360

Panduan pengisian pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agar data dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Keterangan : SS (Sangat Setuju)  
S (Setuju)  
SS (Cukup Setuju)  
TS (Tidak Setuju)  
STS (Sangat Tidak Setuju)

## IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : .....(Dapat dikosongkan)

2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan

3. Berapa lama menggunakan Kartu by.U

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> a. 1-2 Bulan | <input type="checkbox"/> d. 6-12 Bulan |
| <input type="checkbox"/> b. 2-3 Bulan | <input type="checkbox"/> e. > 12 Bulan |
| <input type="checkbox"/> c. 4-6 Bulan |  |

1. Pilih Paket Topping Yang sering digunakan :

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> a. Disney+Hotstar | <input type="checkbox"/> i. Line      |
| <input type="checkbox"/> b. TikTok         | <input type="checkbox"/> j. Youtube   |
| <input type="checkbox"/> c. Video          | <input type="checkbox"/> k. Facebook  |
| <input type="checkbox"/> d. Ruangguru      | <input type="checkbox"/> l. Twiter    |
| <input type="checkbox"/> e. Viu            | <input type="checkbox"/> m. Instagram |
| <input type="checkbox"/> f. Voice          | <input type="checkbox"/> n. Whatsapp  |
| <input type="checkbox"/> g. Joox           | <input type="checkbox"/> o. Roaming   |
| <input type="checkbox"/> h. Spotify        |                                       |

#### 4. Penggunaan Kuota by.U Per Minggu

a. < 5 Gb

c. 10-15 Gb

b. 5-10 Gb

d. > 15 Gb

#### DAFTAR PERNYATAAN

Iklan						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<b><i>Dapat Menimbulkan Perhatian</i></b>						
1	Iklan kartu by.U memiliki gambar yang menarik perhatian					
2	Pesan iklan kartu by.U mudah diingat					
<b><i>Menarik</i></b>						
3	Pesan iklan mampu memberi informasi kegunaan kartu by.U					
4	Pesan yang disampaikan dalam iklan mampu membangkitkan keinginan untuk mengetahui lebih dalam mengenai kartu by.U					
<b><i>Dapat Menimbulkan Keinginan</i></b>						
5	Pesan iklan memberikan keyakinan untuk melakukan pembelian kartu by.U					
6	Pesan yang disampaikan dalam iklan by.U mampu mempengaruhi dalam melihat perbandingan keunggulan produk lain					
<b><i>Menghasilkan Suatu Tindakan</i></b>						
7	Menggunakan kartu by.U setelah melihat iklan					
8	Pesan yang disampaikan dalam iklan by.U mampu mempengaruhi keputusan dalam menentukan paket data yang digunakan					

<b>Kemudahan Penggunaan</b>						
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b><i>Mudah untuk dipelajari</i></b>						
<b>1</b>	Cara menggunakan Aplikasi by.U mudah untuk dipelajari					
<b>2</b>	Dapat dengan mudah mengoperasikan Aplikasi by.U					
<b><i>Mudah untuk dikontrol</i></b>						
<b>3</b>	Aplikasi by.U mampu mengatur paket data internet yang digunakan					
<b>4</b>	Aplikasi by.U selalu memberikan informasi pemakaian paket data					
<b><i>Fleksibel</i></b>						
<b>5</b>	Aplikasi by.U lebih praktis digunakan untuk pembelian paket data					
<b>6</b>	Aplikasi by.U memiliki fitur yang lengkap					
<b><i>Mudah untuk digunakan</i></b>						
<b>7</b>	Mudah menggunakan fitur yang tersedia di Aplikasi by.U					
<b>8</b>	Dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi pembelian paket data di Aplikasi by.U					
<b><i>Dapat dipahami dan jelas</i></b>						
<b>9</b>	Informasi penggunaan Aplikasi by.U dapat mudah dimengerti					
<b>10</b>	Tampilan Aplikasi by.U mudah untuk dibaca sehingga mudah untuk memahaminya					



<b>Kualitas Produk</b>						
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b><i>Kinerja</i></b>						
<b>1</b>	Kartu by.U memiliki kualitas suara yang baik saat melakukan panggilan					
<b>2</b>	Kartu by.U memiliki jangkauan jaringan yang luas					
<b><i>Tampilan</i></b>						
<b>3</b>	Fitur aplikasi by.U berfungsi dengan baik					
<b><i>Keandalan</i></b>						
<b>4</b>	Koneksi internet Kartu by.U sangat cepat					
<b><i>Kesesuaian Dengan Spesifikasi</i></b>						
<b>5</b>	Tarif paket data di aplikasi by.U sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
<b><i>Daya Tahan</i></b>						
<b>6</b>	Kartu by.U memiliki masa aktif yang lama					
<b><i>Pelayanan</i></b>						
<b>7</b>	Operator by.U menanggapi keluhan dengan cepat					
<b>8</b>	Call Center by.U dapat dengan mudah dihubungi					
<b><i>Estetika</i></b>						
<b>9</b>	Tampilan Aplikasi by.U sangat menarik					
<b><i>Kualitas Yang Dipersepsikan</i></b>						
<b>10</b>	Aplikasi by.U tidak mudah eror					

<b>Keputusan Pembelian</b>						
<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b><i>Kemantapan</i></b>						
<b>1</b>	Memilih Kartu by.U karena memiliki jaringan yang stabil					
<b>2</b>	Menjadikan Kartu by.U sebagai prioritas dalam kegiatan komunikasi					
<b><i>Kebiasaan</i></b>						
<b>3</b>	Menggunakan Kartu by.U karena sesuai dengan kebutuhan					
<b>4</b>	Menggunakan Kartu by.U karena sesuai dengan <i>trend</i> digital					
<b><i>Rekomendasi</i></b>						
<b>5</b>	Bersedia merekomendasikan Kartu by.U kepada orang lain					
<b>6</b>	Bersedia memberikan ulasan positif mengenai Kartu by.U di media sosial pribadi					
<b><i>Pembelian Ulang</i></b>						
<b>7</b>	Merasa puas menggunakan Kartu by.U					
<b>8</b>	Akan terus menggunakan Kartu by.U di masa yang akan datang					

## Lampiran II (Hasil Jawaban Kuesioner)

### • Hasil Jawaban Kuesioner Identitas Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Menggunakan	Paket Data	Pemakaian Kuota
1	q	Laki-Laki	1-2 Bulan	TikTok	> 15 Gb
2	Annita Mardiana	Perempuan	> 12 Bulan	TikTok	10-15 Gb
3	Alissa Raihan	Perempuan	1-2 Bulan	TikTok	> 15 Gb
4	Dina Ramadhanti	Perempuan	> 12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
5	Prita Sabila	Perempuan	1-2 Bulan	TikTok	10-15 Gb
6	fazrina ajeng	Perempuan	> 12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
7	Erlin Kusnita	Perempuan	1-2 Bulan	TikTok	> 15 Gb
8	Disa	Perempuan	> 12 Bulan	TikTok	10-15 Gb
9	Maheswarafi	Laki-Laki	1-2 Bulan	TikTok	> 15 Gb
10	Rangga Tri	Laki-Laki	> 12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
11	Rizky Pratama	Laki-Laki	1-2 Bulan	Ruangguru	< 5 Gb
12	Mahesa Maulana	Laki-Laki	> 12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
13	Rully	Laki-Laki	1-2 Bulan	TikTok	10-15 Gb
14	Ravid	Laki-Laki	> 12 Bulan	Facebook	5-10 Gb
15	Bagas	Laki-Laki	1-2 Bulan	TikTok	> 15 Gb
16	Rahma	Perempuan	6-12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
17	Winna	Perempuan	1-2 Bulan	Ruangguru	< 5 Gb
18	Risfa	Perempuan	6-12 Bulan	TikTok	10-15 Gb
19	Danny	Laki-Laki	1-2 Bulan	TikTok	> 15 Gb
20	Akbar	Laki-Laki	6-12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
21	Meika	Perempuan	> 12 Bulan	Facebook	5-10 Gb
22	Tia	Perempuan	2-3 Bulan	TikTok	10-15 Gb
23	Farhan	Laki-Laki	6-12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
24	Abizal	Laki-Laki	6-12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
25	Ade Agustina	Perempuan	6-12 Bulan	Instagram	10-15 Gb
26	Erik	Laki-Laki	1-2 Bulan	Ruangguru	< 5 Gb
27	Putri	Perempuan	6-12 Bulan	TikTok	10-15 Gb
28	Riko	Laki-Laki	6-12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
29	Mela	Perempuan	> 12 Bulan	Youtube	> 15 Gb
30	Yudha	Laki-Laki	6-12 Bulan	Youtube	10-15 Gb
31	Rizis	Laki-Laki	1-2 Bulan	Youtube	> 15 Gb
32	Nanda	Perempuan	6-12 Bulan	Youtube	> 15 Gb
33	kayla	Perempuan	6-12 Bulan	Ruangguru	< 5 Gb
34	adzra	Laki-Laki	> 12 Bulan	Youtube	> 15 Gb
35	athaya	Laki-Laki	1-2 Bulan	Spotify	< 5 Gb
36	fawwaz	Perempuan	6-12 Bulan	Facebook	5-10 Gb
37	maharani	Laki-Laki	> 12 Bulan	Disney+Hotstar	> 15 Gb
38	ryan	Perempuan	1-2 Bulan	Vidio	> 15 Gb
39	khanza	Laki-Laki	6-12 Bulan	Ruangguru	< 5 Gb
40	fathan	Perempuan	6-12 Bulan	TikTok	> 15 Gb
41	nadia	Perempuan	1-2 Bulan	Youtube	> 15 Gb
42	zahra	Perempuan	6-12 Bulan	Voice	< 5 Gb
43	Yayu	Perempuan	6-12 Bulan	Vidio	10-15 Gb
44	wati	Perempuan	4-6 Bulan	Roaming	< 5 Gb
45	naqiya	Perempuan	> 12 Bulan	Youtube	> 15 Gb
46	Vira	Laki-Laki	6-12 Bulan	Voice	< 5 Gb
47	Rafi saputra	Laki-Laki	2-3 Bulan	Viu	10-15 Gb
48	dendy	Laki-Laki	6-12 Bulan	Voice	< 5 Gb
49	faris	Laki-Laki	> 12 Bulan	Viu	10-15 Gb

50	figo	Perempuan	6-12 Bulan	Facebook	5-10 Gb
51	caca	Laki-Laki	6-12 Bulan	Roaming	< 5 Gb
52	ricky	Perempuan	2-3 Bulan	Instagram	> 15 Gb
53	leny	Perempuan	> 12 Bulan	Twitter	5-10 Gb
54	shela	Laki-Laki	6-12 Bulan	Facebook	5-10 Gb
55	firjatullah	Laki-Laki	2-3 Bulan	Vidio	> 15 Gb
56	pandi	Laki-Laki	6-12 Bulan	Disney+Hotstar	10-15 Gb
57	pasya	Perempuan	6-12 Bulan	Twitter	5-10 Gb
58	cut fitri	Laki-Laki	2-3 Bulan	Whatsapp	< 5 Gb
59	aldo	Perempuan	> 12 Bulan	Disney+Hotstar	> 15 Gb
60	dwi nur	Laki-Laki	6-12 Bulan	Joox	< 5 Gb
61	dimas	Perempuan	2-3 Bulan	Whatsapp	< 5 Gb
62	aura	Perempuan	6-12 Bulan	Whatsapp	< 5 Gb
63	lussy	Perempuan	> 12 Bulan	Whatsapp	< 5 Gb
64	yuli aggraini	Laki-Laki	2-3 Bulan	Facebook	5-10 Gb
65	regi tuteng	Laki-Laki	6-12 Bulan	Joox	< 5 Gb
66	agung	Laki-Laki	> 12 Bulan	Whatsapp	< 5 Gb
67	umar	Perempuan	6-12 Bulan	Vidio	10-15 Gb
68	dita	Perempuan	2-3 Bulan	Whatsapp	< 5 Gb
69	rini loli	Laki-Laki	> 12 Bulan	Joox	< 5 Gb
70	bisma aji	Laki-Laki	6-12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
71	nuril ramadhan	Laki-Laki	2-3 Bulan	Vidio	10-15 Gb
72	febri hadi	Perempuan	> 12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
73	ayu wulandari	Perempuan	6-12 Bulan	Joox	< 5 Gb
74	hesti	Perempuan	2-3 Bulan	Vidio	10-15 Gb
75	tessa	Laki-Laki	> 12 Bulan	Instagram	10-15 Gb
76	fadli	Laki-Laki	2-3 Bulan	Instagram	> 15 Gb
77	zidan dwi damara	Laki-Laki	6-12 Bulan	Vidio	10-15 Gb
78	Bintang	Perempuan	> 12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
79	Bella Savitri	Perempuan	4-6 Bulan	Instagram	> 15 Gb
80	Zainudin	Laki-Laki	6-12 Bulan	Line	< 5 Gb
81	alif reza	Laki-Laki	4-6 Bulan	Instagram	10-15 Gb
82	Andre	Laki-Laki	6-12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
83	Zauza	Perempuan	> 12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
84	Vida	Perempuan	4-6 Bulan	Twitter	5-10 Gb
85	Arya kahfi	Laki-Laki	6-12 Bulan	Instagram	10-15 Gb
86	Ferdi	Laki-Laki	> 12 Bulan	Vidio	> 15 Gb
87	Nabil	Laki-Laki	4-6 Bulan	Disney+Hotstar	10-15 Gb
88	Nuke Dinda	Perempuan	6-12 Bulan	Twitter	5-10 Gb
89	Zelin	Perempuan	4-6 Bulan	Disney+Hotstar	> 15 Gb
90	Danu	Laki-Laki	> 12 Bulan	Spotify	< 5 Gb
91	Ardiansyah	Laki-Laki	6-12 Bulan	Spotify	< 5 Gb
92	Raka saputra	Laki-Laki	6-12 Bulan	Line	5-10 Gb
93	Ahmad fahri	Laki-Laki	4-6 Bulan	Spotify	< 5 Gb
94	Arindi	Perempuan	> 12 Bulan	Line	< 5 Gb
95	Yolanda	Perempuan	6-12 Bulan	Instagram	> 15 Gb
96	Triyani	Perempuan	4-6 Bulan	Twitter	5-10 Gb
97	Dea	Perempuan	6-12 Bulan	Vidio	> 15 Gb
98	Alvito	Laki-Laki	6-12 Bulan	Viu	10-15 Gb
99	Galang	Laki-Laki	4-6 Bulan	Twitter	5-10 Gb
100	Arby	Laki-Laki	> 12 Bulan	Twitter	5-10 Gb

• Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Iklan

No	IK1	IK2	IK3	IK4	IK5	IK6	IK7	IK8	Iklan
1	4	3	3	5	3	4	4	4	30
2	4	4	3	3	4	4	4	4	30
3	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	4	4	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	4	5	4	4	5	5	35
7	3	4	4	4	5	5	5	5	35
8	4	4	3	4	4	4	5	4	32
9	4	4	3	5	5	4	5	4	34
10	4	3	4	4	3	3	4	4	29
11	5	5	5	4	4	4	5	5	37
12	3	4	4	3	4	4	4	3	29
13	4	4	5	5	5	4	4	5	36
14	3	3	4	5	3	4	5	5	32
15	4	5	3	3	5	5	4	4	33
16	3	3	4	5	3	5	5	3	31
17	5	4	3	4	4	5	5	5	35
18	3	3	5	5	5	5	5	5	36
19	4	3	4	5	5	5	4	4	34
20	4	4	4	5	3	4	5	4	33
21	2	4	4	4	4	4	4	5	31
22	3	5	4	5	4	4	4	4	33
23	2	3	1	4	4	4	3	4	25
24	3	3	4	3	3	3	5	3	27
25	3	3	4	5	3	4	4	3	29
26	4	5	3	5	5	4	4	4	34
27	4	4	4	3	3	3	3	4	28
28	5	5	5	4	4	3	4	5	35
29	4	3	3	4	2	3	2	4	25
30	5	3	4	4	4	3	4	5	32
31	3	2	3	2	4	4	1	1	20
32	3	3	4	4	4	3	3	4	28
33	3	2	3	1	3	3	2	2	19
34	2	3	3	3	4	4	3	4	26
35	3	4	4	3	3	3	2	3	25
36	4	4	5	4	4	4	4	4	33
37	3	3	3	2	3	3	3	3	23
38	3	2	3	3	3	2	3	3	22
39	2	2	3	3	2	3	2	2	19
40	3	3	4	4	3	3	3	4	27
41	3	4	4	3	2	2	3	3	24
42	4	3	3	3	3	3	3	3	25
43	4	4	4	4	4	3	4	4	31
44	3	4	3	4	3	2	4	4	27
45	3	3	4	3	3	4	4	4	28
46	4	4	4	3	3	4	3	4	29
47	3	3	4	4	4	4	3	4	29
48	4	3	4	4	4	4	3	2	28
49	4	3	4	3	3	1	3	1	22
50	3	3	3	3	3	2	3	1	21
51	3	4	4	3	3	3	4	2	26



• Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan

No	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KE6	KE7	KE8	KE9	KE10	Kemudahan_Pengguna
1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	44
2	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	45
3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
6	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	46
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
9	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	44
10	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	5	5	5	5	4	3	5	3	5	44
13	3	5	5	5	4	2	2	5	5	3	39
14	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
15	2	2	5	5	2	3	3	2	4	2	30
16	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	40
17	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	35
18	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
19	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
22	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
23	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
24	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
25	4	3	4	3	5	3	3	4	3	4	36
26	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
27	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	37
28	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	36
29	4	5	4	5	4	3	3	4	5	4	41
30	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37
31	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
32	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	46
33	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
34	5	3	4	3	3	4	4	3	5	4	38
35	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	47
38	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	41
39	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	28
40	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
41	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
42	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	45
43	4	5	5	5	5	2	2	5	5	3	41
44	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
45	4	2	5	5	5	3	3	2	4	2	35
46	4	3	5	3	4	3	3	5	3	5	38
47	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	36
48	5	3	5	3	5	4	4	4	4	5	42
49	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
50	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
51	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	39

52	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
53	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	45
54	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	38
55	5	3	4	3	4	3	3	4	3	4	36
56	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
57	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	37
58	3	3	3	3	4	3	3	4	5	4	35
59	4	5	4	5	4	3	3	4	5	4	41
60	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37
61	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	44
62	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	41
63	5	2	4	4	5	3	3	4	3	4	37
64	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	37
65	4	4	4	4	3	3	3	5	2	4	36
66	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
67	4	4	5	5	3	5	5	4	5	3	43
68	5	4	4	4	5	3	3	4	3	3	38
69	4	4	5	5	2	3	3	5	4	3	38
70	5	5	4	4	5	3	3	4	3	3	39
71	4	3	5	5	3	5	5	4	4	5	43
72	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
73	5	3	4	4	3	4	4	3	2	3	35
74	4	4	5	5	3	2	5	3	4	3	38
75	2	5	4	4	2	4	4	5	4	4	38
76	4	3	4	4	5	4	4	4	1	3	36
77	4	2	5	5	3	2	2	5	3	3	34
78	3	5	5	5	4	2	2	5	3	2	36
79	5	2	5	5	4	3	5	5	3	3	40
80	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	45
81	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	39
82	5	4	4	4	4	2	4	4	2	5	38
83	3	3	3	4	3	5	4	4	5	2	36
84	4	3	3	3	4	5	5	4	3	4	38
85	5	3	4	4	5	3	3	3	3	2	35
86	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	44
87	2	4	5	5	3	5	5	4	3	2	38
88	4	3	4	4	5	3	3	4	2	3	35
89	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	37
90	3	2	4	4	5	4	3	4	4	4	37
91	5	3	4	4	5	4	3	3	3	3	37
92	5	4	5	5	5	5	2	5	3	2	41
93	5	3	4	4	5	3	3	4	2	2	35
94	3	5	4	4	5	3	4	4	3	3	38
95	4	4	5	5	3	5	5	4	3	4	42
96	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	37
97	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	42
98	4	2	2	2	2	3	4	4	4	3	30
99	4	2	2	2	2	3	2	1	1	1	20
100	1	2	1	1	2	2	2	2	3	4	20



• Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Kualitas_Produk
1	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
2	4	3	5	3	3	5	3	3	3	4	36
3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	46
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
5	4	5	5	5	3	5	5	4	3	4	43
6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
7	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	46
8	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	45
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
10	5	4	5	3	5	5	5	3	4	5	44
11	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	43
12	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	45
13	2	3	2	5	5	3	4	5	5	4	38
14	4	2	4	5	5	5	4	5	5	4	43
15	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	44
16	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	36
17	3	4	3	2	5	5	4	2	5	3	36
18	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
19	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
20	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
21	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	30
22	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
23	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	40
24	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	35
25	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	33
28	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	32
29	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	41
30	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
31	4	3	3	4	4	3	1	1	3	4	30
32	3	3	5	4	4	3	3	4	5	5	39
33	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	33
34	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	36
35	3	3	5	3	4	3	2	3	3	3	32
36	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
37	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	44
38	2	4	4	5	5	4	3	3	4	5	39
39	3	2	3	4	4	4	2	2	2	3	29
40	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	41
41	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35
42	3	3	5	5	5	3	3	3	3	5	38
43	3	3	2	4	4	4	4	4	5	3	36
44	2	2	4	5	3	3	4	4	5	5	37
45	4	5	5	5	3	3	4	4	4	2	39
46	4	3	3	4	3	3	3	4	3	5	35
47	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	38
48	4	4	3	5	4	3	3	2	4	5	37
49	1	4	4	5	5	5	3	1	4	5	37
50	2	5	4	4	3	4	3	1	4	4	34
51	3	4	3	5	5	5	4	2	4	4	39

52	3	4	4	5	4	3	4	2	4	5	38
53	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	45
54	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
55	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
56	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	39
57	3	3	3	4	4	3	4	3	5	4	36
58	3	3	3	3	4	3	4	2	5	4	34
59	2	3	5	5	4	4	3	3	5	4	38
60	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	38
61	3	5	3	3	2	4	3	2	4	3	32
62	3	5	5	4	4	4	3	3	3	5	39
63	3	5	4	4	4	4	3	2	3	4	36
64	4	3	3	5	5	4	3	4	3	3	37
65	1	3	3	4	4	4	2	3	2	4	30
66	4	4	3	5	4	4	3	2	4	4	37
67	2	3	3	5	4	3	3	2	5	3	33
68	2	5	3	4	4	2	2	3	3	3	31
69	2	2	3	4	4	3	2	3	4	3	30
70	2	5	3	5	4	4	2	3	3	3	34
71	4	3	5	5	5	5	3	2	4	5	41
72	3	4	2	4	4	4	2	2	3	4	32
73	2	3	3	4	4	4	4	3	2	3	32
74	4	3	4	5	5	4	3	2	4	3	37
75	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	34
76	2	5	2	3	3	4	1	1	1	3	25
77	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	31
78	3	4	2	5	5	5	3	2	3	2	34
79	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	34
80	4	5	3	3	3	4	3	3	5	3	36
81	3	4	5	5	5	3	2	3	3	5	38
82	2	4	5	4	4	4	2	3	2	5	35
83	2	3	2	4	4	4	3	3	5	2	32
84	4	4	3	5	5	3	3	3	3	4	37
85	1	5	3	4	4	4	2	2	3	2	30
86	1	5	4	5	5	3	2	1	3	3	32
87	3	3	3	4	4	4	2	3	3	2	31
88	4	5	3	4	4	3	2	2	2	3	32
89	3	4	4	5	5	4	2	3	3	4	37
90	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	39
91	4	5	3	4	4	4	2	2	3	3	34
92	3	5	3	5	5	5	4	3	3	2	38
93	3	5	3	5	5	4	3	2	2	2	34
94	3	5	4	4	4	4	3	2	3	3	35
95	1	3	4	4	4	4	3	2	3	4	32
96	3	5	5	2	2	2	4	2	3	2	30
97	4	2	3	2	2	2	3	4	2	3	27
98	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	35
99	2	2	3	1	2	1	2	2	2	1	18
100	3	5	4	2	5	2	3	2	3	4	33

• Hasil Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan\_Pembelian

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Keputusan_Pembelian
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	3	3	5	5	5	4	35
3	4	4	5	5	5	5	5	4	37
4	5	5	4	5	5	4	5	5	38
5	3	5	5	5	5	5	5	4	37
6	5	5	5	4	5	5	5	4	38
7	4	5	5	5	5	5	4	5	38
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	4	5	3	37
10	3	3	5	5	3	3	5	4	31
11	5	3	5	4	5	4	3	5	34
12	3	5	5	4	5	5	3	4	34
13	5	5	5	3	5	5	4	5	37
14	5	5	4	5	5	3	4	4	35
15	5	4	5	4	5	5	5	4	37
16	4	5	4	5	4	5	5	4	36
17	5	3	5	5	4	5	5	3	35
18	4	4	3	5	5	5	4	5	35
19	4	4	4	5	4	4	4	4	33
20	5	3	5	5	4	5	5	4	36
21	3	3	2	3	3	3	2	2	21
22	4	5	3	4	3	5	5	4	33
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	3	3	4	4	3	5	4	5	31
25	3	4	3	3	4	4	5	3	29
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	4	3	3	3	4	4	27
28	4	3	3	4	4	3	3	5	29
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	5	3	3	4	5	3	3	5	31
31	3	4	3	3	4	3	2	4	26
32	4	3	3	3	3	5	4	4	29
33	3	3	4	3	3	4	3	3	26
34	3	3	5	3	3	3	3	4	27
35	3	3	3	3	3	3	2	4	24
36	5	3	4	5	4	4	5	4	34
37	4	5	5	4	5	5	4	3	35
38	5	4	4	5	3	4	5	4	34
39	4	3	4	3	3	3	3	4	27
40	5	5	5	5	4	5	5	3	37
41	3	3	3	3	3	4	3	4	26
42	4	2	3	3	4	5	3	4	28
43	4	2	2	3	4	5	2	4	26
44	4	3	2	3	3	4	3	3	25
45	5	4	3	4	4	5	3	3	31
46	3	3	3	3	3	3	3	5	26
47	4	4	3	3	2	3	2	3	24
48	5	5	4	4	4	3	4	3	32
49	5	4	4	2	4	4	3	3	29
50	4	5	5	4	4	4	5	4	35
51	5	5	5	4	3	3	4	3	32

52	3	4	4	4	4	4	3	3	29
53	5	5	5	4	4	4	2	4	33
54	4	3	4	3	4	3	3	3	27
55	4	4	4	4	4	3	4	4	31
56	4	3	2	3	5	4	4	4	29
57	4	4	4	3	4	3	4	3	29
58	4	3	4	2	3	3	3	3	25
59	4	4	4	3	5	5	4	3	32
60	4	4	4	3	5	5	4	3	32
61	5	4	4	1	4	3	3	3	27
62	3	4	4	1	3	4	2	3	24
63	4	4	4	3	5	3	3	4	30
64	5	5	4	4	4	5	2	3	32
65	4	4	4	2	4	4	3	4	29
66	3	5	3	3	3	4	2	5	28
67	3	4	5	4	4	5	1	4	30
68	4	4	5	2	2	4	2	5	28
69	5	4	4	4	4	5	3	3	32
70	5	4	4	4	4	3	3	3	30
71	5	4	4	4	3	3	1	3	27
72	4	5	3	5	5	4	1	4	31
73	4	5	5	5	2	3	3	3	30
74	4	4	2	5	4	4	4	3	30
75	4	4	5	4	5	4	2	4	32
76	4	4	4	5	3	3	3	4	30
77	4	3	4	4	4	4	4	4	31
78	5	5	3	2	4	3	2	2	26
79	4	5	3	3	3	4	4	1	27
80	4	3	2	4	4	3	4	3	27
81	3	4	5	4	5	3	4	4	32
82	4	4	3	3	5	4	5	3	31
83	4	5	4	4	4	4	5	4	34
84	4	5	4	4	4	3	5	4	33
85	4	5	4	5	5	5	4	5	37
86	3	4	5	4	5	4	5	5	35
87	4	4	3	4	4	4	4	3	30
88	3	3	4	3	4	4	2	5	28
89	4	3	5	4	5	4	3	3	31
90	4	3	5	4	3	3	4	3	29
91	4	4	4	4	4	3	4	3	30
92	5	3	4	5	3	4	3	3	30
93	4	4	4	4	4	5	4	4	33
94	4	5	4	5	4	4	4	4	34
95	4	3	3	4	4	3	5	3	29
96	4	3	5	3	3	3	4	4	29
97	4	4	4	3	2	2	2	2	23
98	1	1	1	2	2	4	3	4	18
99	1	2	1	1	1	1	1	2	10
100	1	2	2	5	1	2	1	1	15

### Lampiran III (Hasil Uji Deskriptif)

- Hasil Uji Deskriptif Identitas Responden

#### Jenis\_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	52	52.0	52.0	52.0
Valid Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Lama\_Menggunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 12 Bulan	26	26.0	26.0	26.0
Valid 1-2 Bulan	15	15.0	15.0	41.0
Valid 2-3 Bulan	11	11.0	11.0	52.0
Valid 4-6 Bulan	9	9.0	9.0	61.0
Valid 6-12 Bulan	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Paket\_Data

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Disney+Hotstar	5	5.0	5.0	5.0
Valid Facebook	6	6.0	6.0	11.0
Valid Instagram	14	14.0	14.0	25.0
Valid Joox	4	4.0	4.0	29.0
Valid Line	3	3.0	3.0	32.0
Valid Roaming	2	2.0	2.0	34.0
Valid Ruangguru	5	5.0	5.0	39.0
Valid Spotify	4	4.0	4.0	43.0
Valid TikTok	22	22.0	22.0	65.0
Valid Twitter	7	7.0	7.0	72.0
Valid Vidio	9	9.0	9.0	81.0
Valid Viu	3	3.0	3.0	84.0
Valid Voice	3	3.0	3.0	87.0
Valid Whatsapp	6	6.0	6.0	93.0
Valid Youtube	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Pemakaian\_Kuota

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 Gb	26	26.0	26.0	26.0
Valid > 15 Gb	38	38.0	38.0	64.0
Valid 10-15 Gb	22	22.0	22.0	86.0
Valid 5-10 Gb	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- Hasil Uji Deskriptif Variabel Iklan

**Iklan 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	9.0
	Cukup Setuju	37	37.0	37.0	46.0
	Setuju	36	36.0	36.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	8.0
	Cukup Setuju	35	35.0	35.0	43.0
	Setuju	35	35.0	35.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	9.0
	Cukup Setuju	31	31.0	31.0	40.0
	Setuju	40	40.0	40.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	19.0
	Cukup Setuju	31	31.0	31.0	50.0
	Setuju	36	36.0	36.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	17.0
Cukup Setuju	41	41.0	41.0	58.0
Setuju	33	33.0	33.0	91.0
Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	22.0
Cukup Setuju	36	36.0	36.0	58.0
Setuju	33	33.0	33.0	91.0
Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	20	20.0	20.0	24.0
Cukup Setuju	35	35.0	35.0	59.0
Setuju	27	27.0	27.0	86.0
Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Iklan 8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Tidak Setuju	22	22.0	22.0	29.0
Cukup Setuju	32	32.0	32.0	61.0
Setuju	25	25.0	25.0	86.0
Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan

**Kemudahan Penggunaan 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	6.0
	Cukup Setuju	11	11.0	17.0
	Setuju	51	51.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kemudahan Penggunaan 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0
	Cukup Setuju	31	31.0	40.0
	Setuju	35	35.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kemudahan Penggunaan 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	3.0
	Cukup Setuju	8	8.0	11.0
	Setuju	45	45.0	56.0
	Sangat Setuju	44	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kemudahan Penggunaan 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	3.0
	Cukup Setuju	23	23.0	26.0
	Setuju	40	40.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kemudahan Penggunaan 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0
	Cukup Setuju	13	13.0	19.0
	Setuju	45	45.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0



**Kemudahan Penggunaan 6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Cukup Setuju	32	32.0	32.0	39.0
	Setuju	41	41.0	41.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kemudahan Penggunaan 7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Cukup Setuju	29	29.0	29.0	38.0
	Setuju	40	40.0	40.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kemudahan Penggunaan 8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Cukup Setuju	9	9.0	9.0	13.0
	Setuju	58	58.0	58.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kemudahan Penggunaan 9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	9.0
	Cukup Setuju	32	32.0	32.0	41.0
	Setuju	33	33.0	33.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kemudahan Penggunaan 10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	9.0
	Cukup Setuju	24	24.0	24.0	33.0
	Setuju	35	35.0	35.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

- **Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk**

**Kualitas Produk 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0
	Tidak Setuju	15	15.0	20.0
	Cukup Setuju	41	41.0	61.0
	Setuju	32	32.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0
	Cukup Setuju	28	28.0	35.0
	Setuju	34	34.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0
	Cukup Setuju	41	41.0	47.0
	Setuju	27	27.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	5.0
	Cukup Setuju	14	14.0	19.0
	Setuju	41	41.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0
	Cukup Setuju	14	14.0	19.0
	Setuju	47	47.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	5.0
	Cukup Setuju	26	26.0	31.0
	Setuju	48	48.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0
	Tidak Setuju	19	19.0	21.0
	Cukup Setuju	40	40.0	61.0
	Setuju	28	28.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0
	Tidak Setuju	27	27.0	32.0
	Cukup Setuju	33	33.0	65.0
	Setuju	28	28.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 9**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	9	9.0	10.0
	Cukup Setuju	31	31.0	41.0
	Setuju	38	38.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Kualitas Produk 10**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	8	8.0	9.0
	Cukup Setuju	31	31.0	40.0
	Setuju	39	39.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

- **Hasil Uji Deskriptif Variabel keputusan Pembelian**

**Keputusan Pembelian 1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0
	Cukup Setuju	20	20.0	23.0
	Setuju	48	48.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Keputusan Pembelian 2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	5.0
	Cukup Setuju	29	29.0	34.0
	Setuju	36	36.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Keputusan Pembelian 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0
	Tidak Setuju	7	7.0	9.0
	Cukup Setuju	21	21.0	30.0
	Setuju	40	40.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Keputusan Pembelian 4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0
	Tidak Setuju	6	6.0	9.0
	Cukup Setuju	29	29.0	38.0
	Setuju	36	36.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Keputusan Pembelian 5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	7.0
Cukup Setuju	24	24.0	24.0	31.0
Setuju	40	40.0	40.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Keputusan Pembelian 6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
Cukup Setuju	32	32.0	32.0	35.0
Setuju	35	35.0	35.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Keputusan Pembelian 7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Tidak Setuju	14	14.0	14.0	19.0
Cukup Setuju	26	26.0	26.0	45.0
Setuju	30	30.0	30.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Keputusan Pembelian 8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
Cukup Setuju	34	34.0	34.0	40.0
Setuju	43	43.0	43.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran IV (Hasil Uji Validitas)

- Hasil Uji Validitas Variabel Iklan

Correlations

		IK1	IK2	IK3	IK4	IK5	IK6	IK7	IK8	Iklan
IK1	Pearson Correlation	1	.426*	.326	-.011	.134	-.094	.161	.394*	.509**
	Sig. (2-tailed)		.019	.079	.955	.480	.620	.395	.031	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK2	Pearson Correlation	.426*	1	.315	-.063	.500**	.199	.227	.361	.632**
	Sig. (2-tailed)	.019		.090	.741	.005	.292	.229	.050	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK3	Pearson Correlation	.326	.315	1	.215	.174	.070	.421*	.393*	.631**
	Sig. (2-tailed)	.079	.090		.254	.357	.712	.020	.032	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK4	Pearson Correlation	-.011	-.063	.215	1	.179	.359	.303	.216	.441*
	Sig. (2-tailed)	.955	.741	.254		.345	.051	.103	.251	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK5	Pearson Correlation	.134	.500**	.174	.179	1	.590**	.339	.422*	.693**
	Sig. (2-tailed)	.480	.005	.357	.345		.001	.067	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK6	Pearson Correlation	-.094	.199	.070	.359	.590**	1	.482**	.170	.554**
	Sig. (2-tailed)	.620	.292	.712	.051	.001		.007	.368	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK7	Pearson Correlation	.161	.227	.421*	.303	.339	.482**	1	.259	.659**
	Sig. (2-tailed)	.395	.229	.020	.103	.067	.007		.167	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
IK8	Pearson Correlation	.394*	.361	.393*	.216	.422*	.170	.259	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.031	.050	.032	.251	.020	.368	.167		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Iklan	Pearson Correlation	.509**	.632**	.631**	.441*	.693**	.554**	.659**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.015	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	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).

• Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan

Correlations

		KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KE6	KE7	KE8	KE9	KE10	Kemudahan Penggunaan
KE1	Pearson Correlation	1	.384*	.370*	.051	.446*	.395*	.508**	.401*	-.025	.896**	.694**
	Sig. (2-tailed)		.036	.044	.791	.013	.031	.004	.028	.896	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE2	Pearson Correlation	.384*	1	.483**	.783**	.428*	.246	.316	.607**	.375*	.503**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.036		.007	.000	.018	.190	.089	.000	.041	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE3	Pearson Correlation	.370*	.483**	1	.636**	.046	.170	.225	.210	.037	.427*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.044	.007		.000	.808	.368	.231	.265	.848	.019	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE4	Pearson Correlation	.051	.783**	.636**	1	.023	.070	.148	.172	.310	.125	.554**
	Sig. (2-tailed)	.791	.000	.000		.906	.714	.436	.363	.095	.511	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE5	Pearson Correlation	.446*	.428*	.046	.023	1	.036	.011	.760**	-.039	.529**	.476**
	Sig. (2-tailed)	.013	.018	.808	.906		.849	.952	.000	.839	.003	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE6	Pearson Correlation	.395*	.246	.170	.070	.036	1	.853**	.191	.281	.457*	.612**
	Sig. (2-tailed)	.031	.190	.368	.714	.849		.000	.311	.133	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE7	Pearson Correlation	.508**	.316	.225	.148	.011	.853**	1	.143	.233	.495**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.004	.089	.231	.436	.952	.000		.450	.216	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE8	Pearson Correlation	.401*	.607**	.210	.172	.760**	.191	.143	1	.233	.578**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.265	.363	.000	.311	.450		.215	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE9	Pearson Correlation	-.025	.375*	.037	.310	-.039	.281	.233	.233	1	.024	.405*
	Sig. (2-tailed)	.896	.041	.848	.095	.839	.133	.216	.215		.900	.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KE10	Pearson Correlation	.896**	.503**	.427*	.125	.529**	.457*	.495**	.578**	.024	1	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.019	.511	.003	.011	.005	.001	.900		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kemudahan Penggunaan	Pearson Correlation	.694**	.829**	.574**	.554**	.476**	.612**	.655**	.655**	.405*	.788**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.008	.000	.000	.000	.026	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	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).

• Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Kualitas Produk
P1	Pearson Correlation	1	.493**	.898**	.293	.335	.543**	.517**	.153	.187	.731**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.116	.070	.002	.003	.419	.323	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.493**	1	.472**	.172	.138	.278	.776**	-.101	.000	.290	.533**
	Sig. (2-tailed)	.006		.008	.365	.466	.136	.000	.596	1.000	.119	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.898**	.472**	1	.393*	.318	.630**	.439*	.200	.133	.680**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.032	.087	.000	.015	.289	.484	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.293	.172	.393*	1	.448*	.263	.335	.866**	.379*	.406*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.116	.365	.032		.013	.161	.071	.000	.039	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.335	.138	.318	.448*	1	.377*	.371*	.433*	.863**	.527**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.070	.466	.087	.013		.040	.043	.017	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.543**	.278	.630**	.263	.377*	1	.407*	-.021	.383*	.308	.620**
	Sig. (2-tailed)	.002	.136	.000	.161	.040		.026	.914	.037	.097	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.517**	.776**	.439*	.335	.371*	.407*	1	.086	.280	.411*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.015	.071	.043	.026		.651	.134	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.153	-.101	.200	.866**	.433*	-.021	.086	1	.359	.305	.505**
	Sig. (2-tailed)	.419	.596	.289	.000	.017	.914	.651		.051	.101	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.187	.000	.133	.379*	.863**	.383*	.280	.359	1	.360	.584**
	Sig. (2-tailed)	.323	1.000	.484	.039	.000	.037	.134	.051		.051	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.731**	.290	.680**	.406*	.527**	.308	.411*	.305	.360	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.119	.000	.026	.003	.097	.024	.101	.051		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.773**	.533**	.780**	.697**	.718**	.620**	.690**	.505**	.584**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	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).



• Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations								
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Keputusan Pembelian
KP1	Pearson Correlation	1	.282	.299	.260	.614**	.231	.283	.310	.632**
	Sig. (2-tailed)		.132	.108	.166	.000	.219	.129	.095	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.282	1	.256	.225	.563**	.496**	.436*	.155	.670**
	Sig. (2-tailed)	.132		.172	.231	.001	.005	.016	.412	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.299	.256	1	.490**	.409*	.448*	.440*	.232	.703**
	Sig. (2-tailed)	.108	.172		.006	.025	.013	.015	.217	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.260	.225	.490**	1	.295	.244	.413*	.239	.608**
	Sig. (2-tailed)	.166	.231	.006		.113	.194	.023	.203	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.614**	.563**	.409*	.295	1	.365*	.159	.388*	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.025	.113		.047	.401	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.231	.496**	.448*	.244	.365*	1	.522**	.213	.688**
	Sig. (2-tailed)	.219	.005	.013	.194	.047		.003	.259	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	.283	.436*	.440*	.413*	.159	.522**	1	.000	.642**
	Sig. (2-tailed)	.129	.016	.015	.023	.401	.003		1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KP8	Pearson Correlation	.310	.155	.232	.239	.388*	.213	.000	1	.477**
	Sig. (2-tailed)	.095	.412	.217	.203	.034	.259	1.000		.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.632**	.670**	.703**	.608**	.730**	.688**	.642**	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	
	N	30	30	30	30	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).

## Lampiran V (Hasil Uji Reliabilitas)

- Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	8

- Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	10

- Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	10

- Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	8

## Lampiran VI (Hasil Uji Normalitas)

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Iklan	Kemudahan Pengguna	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
N		100	100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	27.33	39.51	36.64	30.60
	Std. Deviation	5.601	5.181	5.355	5.013
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.070	.122	.080	.095
	Negative	.047	.095	.080	.060
Kolmogorov-Smirnov Z		-.070	-.122	-.067	-.095
		.698	1.220	.798	.948
Asymp. Sig. (2-tailed)		.715	.102	.548	.330

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Lampiran VII (Hasil Uji Linearitas)

- Hasil Uji Linearitas Variabel Iklan Terhadap Keputusan Pembelian

### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Iklan		(Combined)	1302.896	22	59.223	3.848	.000
	Between Groups	Linearity	841.997	1	841.997	54.707	.000
		Deviation from Linearity	460.899	21	21.948	1.426	.133
		Within Groups	1185.104	77	15.391		
		Total	2488.000	99			

- Hasil Uji Linearitas Variabel Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian

### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Kemudahan_Pengguna		(Combined)	1229.265	20	61.463	3.858	.000
	Between Groups	Linearity	810.414	1	810.414	50.863	.000
		Deviation from Linearity	418.851	19	22.045	1.384	.160
		Within Groups	1258.735	79	15.933		
		Total	2488.000	99			

- **Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian * Kualitas_Produk	(Combined)		1322.598	22	60.118	3.972	.000
	Between Groups	Linearity	944.592	1	944.592	62.411	.000
		Deviation from Linearity	378.006	21	18.000	1.189	.284
	Within Groups		1165.402	77	15.135		
	Total		2488.000	99			

**Lampiran VIII (Hasil Uji Multikolinearitas)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.712	3.009		1.566	.121	
	Iklan	.242	.088	.271	2.743	.007	.562
	Kemudahan_Pengguna	.246	.094	.254	2.607	.011	.576
	Kualitas_Produk	.261	.103	.278	2.530	.013	.453

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

**Lampiran IX (Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda)**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_Produk, Kemudahan_Pengguna, Iklan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 <sup>a</sup>	.474	.458	3.692

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_Produk, Kemudahan\_Pengguna, Iklan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.712	3.009		1.566	.121
	Iklan	.242	.088	.271	2.743	.007
	Kemudahan_Pengguna	.246	.094	.254	2.607	.011
	Kualitas_Produk	.261	.103	.278	2.530	.013

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1179.462	3	393.154	28.843	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1308.538	96	13.631		
	Total	2488.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_Produk, Kemudahan\_Pengguna, Iklan