

**PENGARUH IKLAN DI TELEVISI DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*  
SAMSUNG  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Darma Persada)**

***THE INFLUENCE OF TELEVISION ADVERTISING AND  
PRODUCT DESIGN ABOUT DECISION IN PURCHASING  
SAMSUNG SMARTPHONE  
(CASE STUDY ON STUDENTS OF DARMA PERSADA  
UNIVERSITY)***

Oleh :

**Fajar Bayu Saputra**

**2014410128**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi (S1)  
Konsentrasi Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fajar Bayu Saputra

NIM : 2014410128

Jurusan : Manajemen

Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Iklan Di Televisi Dan Desain Produk Terhadap  
Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus :  
Mahasiwa/i Univeritas Darma Persada)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitian  
penguji skirpsi.

Jakarta, 14 Agustus 2018

**Mengetahui**

**Menyetujui**

**Dian A. Rahim, SE., Msi**  
Ketua Jurusan Manajemen

**Resa Nurlaela Anwar. SE, MM**  
Pembimbing

**PENGARUH IKLAN DI TELEVISI DAN DESAIN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Darma Persada)**

***THE INFLUENCE OF TELEVISION ADVERTISING AND PRODUCT  
DESIGN ABOUT DECISION IN PURCHASING SAMSUNG SMARTPHONE  
(CASE STUDY ON STUDENTS OF DARMA PERSADA UNIVERSITY)***

Oleh :

**Fajar Bayu Saputra**

**2014410128**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu  
Ekonomi Konsentrasi Manajemen Pemasaran Pada

Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 14 Agustus 2018

**Resa Nurlaela Anwar., SE., MM**  
**Pembimbing**

**Dr. Firsan Nova**  
**Penguji I**

**Ellena Nurfazria H, SE., MM**  
**Penguji II**

**Resa Nurlaela Anwar. SE., MM**  
**Penguji III**

**Dr. Tri Mardjoko, SE., MA**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dian A. Rahim, SE., Msi**  
**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fajar Bayu Saputra

NIM : 2014410128

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Iklan Di Televisi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus : Mahasiswa/i Universitas Darma Persada)** yang dibimbing oleh ibu Resa Nurlaela Anwar. SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri da bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 14 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan

Fajar Bayu Saputra

### **ABSTRACT**

*This research was submitted to find out how big the influence of advertising (X1) and product design (X2) on the purchase decision (Y) of Samsung smartphones. Data collection methods used in this research by giving questionnaires to 100 students of Darma Persada University. Using purposive sampling to determine respondents' responses to each variable contained in this research. The analysis technique uses simple linear regression analysis and multiple linear regression, namely the T and F tests.*

*The results showed that there was an influence between advertising (X1) on the purchase decision (Y) of Samsung smartphones of 0.404 and had an effect of 16.3%. Likewise for product design variables (X2) on purchasing decision (Y) of 0.813 and had an effect of 66.2%, while simultaneously there is a significant effect between the relationship of advertising variables (X1) and product design (X2) on purchasing decision (Y) which have a relationship of 0.836 and an influence of 69.9%. It can be said that the remaining advertising and product design of 31.1% can be influenced by variables that are not examined.*

**Keywords:** Advertising, Product Design, Purchasing Decision.

## ABSTRAK

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan (X1) dan desain produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Samsung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yaitu mahasiswa.i Universitas Darma Persada dengan menggunakan *purposiv sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda yaitu uji T dan F.

Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh antara iklan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Samsung sebesar 0,404 dan memiliki pengaruh sebesar 16,3%. Demikian pula untuk variabel desain produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,813 dan memiliki pengaruh 66,2%, sedangkan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan hubungan antar variabel iklan (X1) dan desain produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) memiliki hubungan sebesar 0,836 dan memiliki pengaruh sebesar 69,9% dapat dijelaskan atau bahwa iklan dan desain produk sisanya sebesar 31,1% dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Iklan, Desain Produk, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan Di Televisi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE, MM selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi ini, terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan penulisan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
2. Bapak Dr. Tri Mardjoko, SE, MA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
3. Ibu Dian A. Rahim, SE, Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu penulis.
5. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Kardin dan Mamah Mardiyah yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan baik itu materi, do'a dan semangat yang sangat besar serta teteh suryani yang

selalu memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Untuk semua teman-teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen angkata 2014 yang selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik

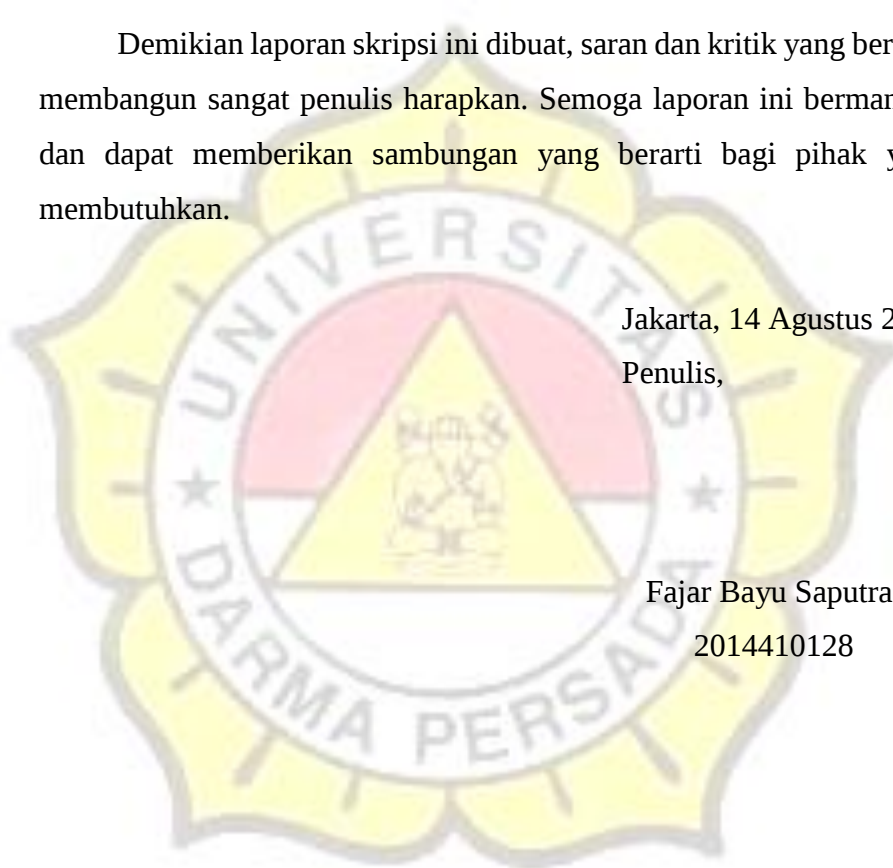
Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sambungan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 14 Agustus 2018

Penulis,

Fajar Bayu Saputra

2014410128



## DAFTAR ISI

|                                                        | Halaman |
|--------------------------------------------------------|---------|
| JUDUL .....                                            | i       |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....                                | ii      |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                | iv      |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                  | v       |
| ABSTRAK .....                                          | vi      |
| KATA PENGANTAR .....                                   | vii     |
| DAFTAR ISI.....                                        | ix      |
| DAFTAR TABEL .....                                     | xii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | xv      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                   | xvi     |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                | 1       |
| 1.1 Latar Belakang .....                               | 1       |
| 1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah ..... | 13      |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....                       | 13      |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah .....                         | 14      |
| 1.2.3 Rumusan Masalah .....                            | 14      |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                             | 14      |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                           | 15      |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                            | 16      |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                               | 16      |
| 2.1.1 Pemasaran.....                                   | 16      |
| 2.1.2 Periklanan.....                                  | 22      |
| 2.1.3 Desain Produk .....                              | 31      |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian .....                        | 35      |
| 2.2 Kerangka Pemikiran .....                           | 41      |
| 2.3 Hipotesis Pemikiran .....                          | 44      |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN .....                    | 45      |

|                                                            |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....                 | 45        |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel.....                         | 46        |
| 3.3 Sumber Data dan Cara Penentuan Data/Informasi.....     | 51        |
| 3.3.1 Lokasi Penelitian .....                              | 51        |
| 3.3.2 Sumber Dan Jenis Data .....                          | 51        |
| 3.3.3 Cara Penentuan Data .....                            | 52        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                          | 54        |
| 3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....             | 56        |
| 3.5.1 Uji Keabsahan Data.....                              | 56        |
| 3.5.2.1 Uji Validitas .....                                | 56        |
| 3.5.3.2 Uji Reliabilitas .....                             | 57        |
| 3.6 Alat Analisis Data .....                               | 58        |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik .....                                | 62        |
| 3.7.1 Uji Multikolonieritas .....                          | 62        |
| 3.7.2 Uji Heteroskedastitas .....                          | 62        |
| 3.7.3 Uji Normalitas .....                                 | 63        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN</b>   |           |
| <b>MASALAH.....</b>                                        | <b>65</b> |
| 4.1 <i>Company profile</i> .....                           | 65        |
| 4.1.1 Sejarah PT. Samsung.....                             | 65        |
| 4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....                | 67        |
| 4.1.3 Iklan <i>Smartphone</i> Samsung.....                 | 69        |
| 4.1.3 Desain Produk <i>Smartphone</i> Samsung .....        | 69        |
| 4.2 Hasil Penelitian Karakteristik Responden.....          | 70        |
| 4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 71        |
| 4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia .....         | 71        |
| 4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Fakultas .....     | 72        |
| 4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....            | 73        |
| 4.3.1 Variabel Iklan.....                                  | 73        |
| 4.3.2 Variabel Desain Produk .....                         | 78        |
| 4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian .....                   | 82        |

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4 Hasil Uji Validitas .....                                             | 95  |
| 4.4.1 Hasil Uji Validitas Iklan.....                                      | 95  |
| 4.4.2 Hasil Uji Validitas Desain Produk .....                             | 96  |
| 4.4.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....                        | 97  |
| 4.5 Uji Reliabilitas.....                                                 | 98  |
| 4.5.1 Hasil Uji Reliabilitas Iklan.....                                   | 98  |
| 4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas Desain Produk .....                          | 99  |
| 4.5.3 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....                    | 100 |
| 4.6 Pengaruh Iklan dan Desain Produk Terhadap Keputusan<br>Pembelian..... | 100 |
| 4.6.1 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                          | 100 |
| 4.6.2 Hasil Uji Hipotesis .....                                           | 101 |
| 4.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....                          | 103 |
| 4.6.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                                        | 105 |
| 4.7 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....                     | 110 |
| 4.7.1 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                          | 110 |
| 4.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....                             | 111 |
| 4.7.3 Hasil Uji Hipotesis .....                                           | 112 |
| 4.8 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....             | 113 |
| 4.8.1 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                          | 113 |
| 4.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....                              | 115 |
| 4.8.3 Hasil Uji Hipotesis .....                                           | 116 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                           | 117 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                      | 117 |
| 5.2 Saran .....                                                           | 118 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                      | 120 |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                     | 122 |

## DAFTAR TABEL

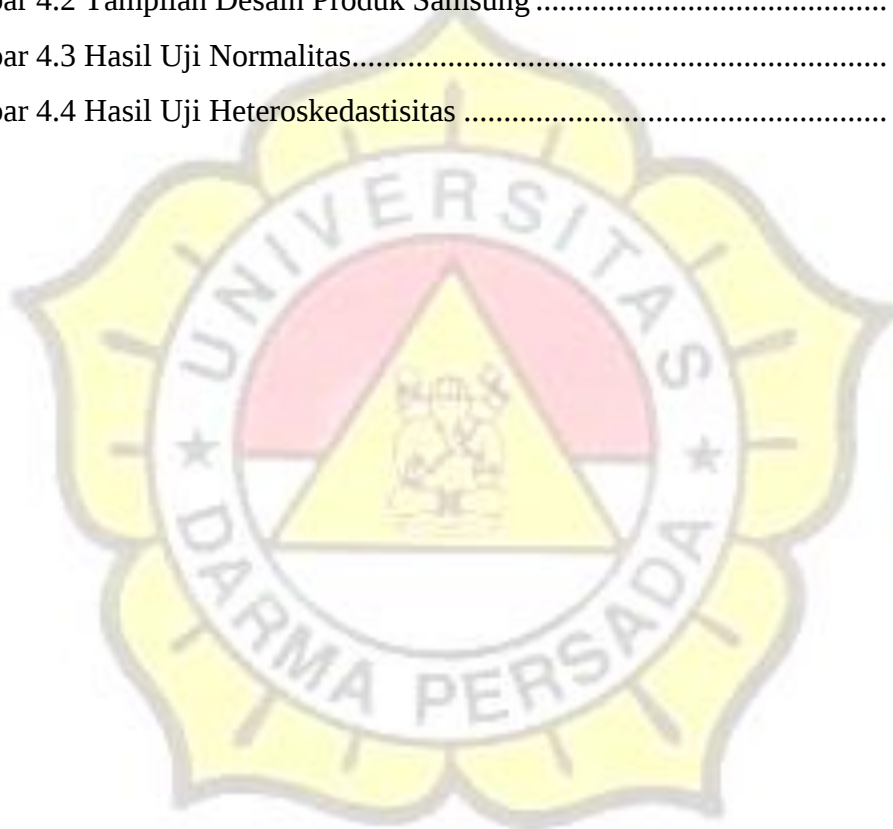
|            |                                                                                           | Halaman |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1  | Tabel Penjualan <i>Smartphone</i> Samsung.....                                            | 3       |
| Tabel 1.2  | Tabel <i>Market Share</i> Penjualan <i>Smartphone</i> Samsung.....                        | 4       |
| Tabel 1.3  | Pra Survei Tanggapan Responden Tentang Iklan.....                                         | 8       |
| Tabel 1.4  | Pra Survei Tanggapan Responden Tentang Desain Produk .                                    | 10      |
| Tabel 3.1  | Variabel Penelitian Iklan .....                                                           | 47      |
| Tabel 3.2  | Variabel Penelitian Desain Produk.....                                                    | 48      |
| Tabel 3.3  | Variable Penelitian Keputusan Pembelian.....                                              | 49      |
| Tabel 3.4  | Skala Likert.....                                                                         | 55      |
| Tabel 3.5  | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                                      | 62      |
| Tabel 4.1  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                           | 71      |
| Tabel 4.2  | Profil Responden Berdasarkan Usia .....                                                   | 72      |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....                                        | 73      |
| Tabel 4.4  | Tema Iklan Samsung Mudah Di Ingat.....                                                    | 74      |
| Tabel 4.5  | Samsung Menggunakan Konsep Iklan Yang Menarik .....                                       | 74      |
| Tabel 4.6  | Samsung Menggunakan Artis Yang Sedang Terkenal .....                                      | 75      |
| Tabel 4.7  | Samsung Menggunakan Bintang Iklan Yang Mempunyai<br><i>Kredibilitas Yang Tinggi</i> ..... | 76      |
| Tabel 4.8  | Tampilan Visual Iklan Samsung Menarik .....                                               | 76      |
| Tabel 4.9  | Grafis Iklan Yang Ditampilkan Samsung Tidak<br>Tidak Membosakan Untuk Dilihat .....       | 77      |
| Tabel 4.10 | Desain Tampilan <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Tampilan<br>Yang Elegan.....           | 78      |
| Tabel 4.11 | Desain <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Keunikan<br>Tersendiri .....                    | 79      |
| Tabel 4.12 | <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki <i>Durability</i> Yang<br>Tahan Lama .....             | 79      |
| Tabel 4.13 | <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Model Yang <i>Stylish</i> .....                        | 80      |

|            |                                                                                                                                                   |    |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.14 | <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Pilihan Warna Yang Menarik.....                                                                                | 81 |
| Tabel 4.15 | <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Spesifikasi Yang Baik.....                                                                                     | 81 |
| Tabel 4.16 | Samsung Memiliki Kualitas Produk Yang Baik .....                                                                                                  | 82 |
| Tabel 4.17 | Samsung Memiliki Banyak Pilihan Tipe Disetiap Serisnya .....                                                                                      | 83 |
| Tabel 4.18 | Samsung Memiliki Penawaran Produk Yang Menarik Untuk Dibeli .....                                                                                 | 84 |
| Tabel 4.19 | Samsung Memberikan Banyak Promosi .....                                                                                                           | 84 |
| Tabel 4.20 | Samsung Memiliki Reputasi Yang Baik.....                                                                                                          | 85 |
| Tabel 4.21 | Samsung Merupakan Salah Satu <i>Smartphone</i> Yang Baik .....                                                                                    | 86 |
| Tabel 4.22 | Samsung Memiliki Keunggulan Spesifikasi Dari Produk Lain .....                                                                                    | 86 |
| Tabel 4.23 | Samsung Memiliki Banyak Tipe Atau Model <i>Smartphone</i> ...                                                                                     | 87 |
| Tabel 4.24 | Promosi Yang Diberikan Samsung Mempengaruhi Jumlah Pembelian.....                                                                                 | 88 |
| Tabel 4.25 | Konsumen Dapat Membeli Produk Samsung Secara Kredit .                                                                                             | 88 |
| Tabel 4.26 | Konsumen Dapat Membeli Produk Samsung Secara Debit ..                                                                                             | 89 |
| Tabel 4.27 | Samsug Menyediakan Beberapa <i>Alternative</i> Pembayaran ....                                                                                    | 90 |
| Tabel 4.28 | Konsumen Membeli <i>Smartphone</i> Samsung Berdasarkan Adanya Promosi.....                                                                        | 91 |
| Tabel 4.29 | Konsumen Dapat Membeli <i>Smartphone</i> Samsung Di Outlet Atau Digerai Samsung Karena Memiliki Jam Oprasional Yang Panjang (09:00 – 22:00) ..... | 91 |
| Tabel 4.30 | Konsumen Dapat Membeli <i>Smatphone</i> Samsung Diwaktu <i>Weekday</i> Maupun <i>Weekend</i> .....                                                | 92 |
| Tabel 4.31 | Konsumen Mendapatkan Pelayanan <i>Service</i> Gratis .....                                                                                        | 93 |
| Tabel 4.32 | Konsumen Mendapatkan Pengembalian Produk Jika Ada Kerusakan Yang Tidak Disengaja .....                                                            | 93 |
| Tabel 4.33 | Samsung Memberikan Informasi Tentang Update <i>Software</i> Di Web Resmi Samsung .....                                                            | 94 |
| Tabel 4.34 | Uji Validita Iklan .....                                                                                                                          | 94 |

|            |                                                                                                   |     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.35 | Uji Validitas Desain Produk .....                                                                 | 95  |
| Tabel 4.36 | Uji Validitas Keputusan Pembelian.....                                                            | 96  |
| Tabel 4.37 | Reliabilitas Iklan .....                                                                          | 99  |
| Tabel 4.38 | Reliabilitas Desain Produk.....                                                                   | 99  |
| Tabel 4.39 | Reliabilitas Keputusan Pembelian .....                                                            | 100 |
| Tabel 4.40 | Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Iklan Dan Desain<br>Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 101 |
| Tabel 4.41 | Hasil Uji F Pengaruh Iklan Dan Desain Produk Terhadap<br>Keputusan Pembelian .....                | 102 |
| Tabel 4.42 | Hasil Coefficient Pengaruh Iklan Dan Desain Produk<br>Terhadap Keputusan pembelian.....           | 103 |
| Tabel 4.43 | Hasil Uji Nomalitas Pengaruh Iklan Dan Desain Produk<br>Terhadap Keputusan Pembelian .....        | 106 |
| Tabel 4.44 | Hasil Uji Multikolineitas Pengaruh Iklan Dan Desain Produk<br>Terhadap Keputusan Pembelian .....  | 108 |
| Tabel 4.45 | Hasil Koefisien Determinasi Iklan Terhadap<br>Keputusan Pembelian .....                           | 110 |
| Tabel 4.46 | Hasil Coefficient Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....                                         | 111 |
| Tabel 4.47 | Hasil Uji T Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian                                           | 113 |
| Tabel 4.48 | Hasil Koefisien Determinasi Desain Produk Terhadap<br>Keputusan Pembelian .....                   | 114 |
| Tabel 4.49 | Hasil Coefficient Desain Produk Terhadap Keputusan<br>Pembelian.....                              | 115 |
| Tabel 4.50 | Hasil Uji T Desain Produk Terhadap Keputusan<br>Pembelian.....                                    | 116 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                 | Halaman |
|-------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Daya Tarik Iklan Samsung.....        | 7       |
| Gambar 1.2 Desain Produk Samsung .....          | 10      |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....              | 39      |
| Gambar 4.1 Tampilan Iklan Samsung.....          | 65      |
| Gambar 4.2 Tampilan Desain Produk Samsung ..... | 66      |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....            | 109     |
| Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....  | 113     |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                  | Halaman |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....                                                             | 123     |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....                                                             | 124     |
| Lampiran 3 Profil Responden .....                                                                | 125     |
| Lampiran 4 Tabulasi Data Pra Survey .....                                                        | 128     |
| Lampiran 5 Tabulasi Data.....                                                                    | 131     |
| Lampiran 6 Data Mahasiswa Aktif Universitas Darma Persada.....                                   | 143     |
| Lampiran 7 Uji Validitas.....                                                                    | 144     |
| Lampiran 8 Uji Reliabilitas.....                                                                 | 153     |
| Lampiran 9 Hasil Output SPSS Ver 22 Iklan dan Desain Produk Terhadap<br>Keputusan Pembelian..... | 156     |
| Lampiran 10 T Tabel.....                                                                         | 158     |
| Lampiran 11 F Tabel.....                                                                         | 162     |
| Lampiran 12 R Tabel .....                                                                        | 165     |
| Lampiran 13 Catatan Kegiatan Konsultasi .....                                                    | 168     |

