



**PENGARUH KINERJA CUSTOMER RELATIONS OFFICER  
TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK SAMSUNG**  
(Survey Pada Konsumen Samsung Experience Store Senayan City)

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Aurellia Aldira Karim**

**44221120001**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2026**



**PENGARUH KINERJA CUSTOMER RELATIONS OFFICER  
TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN PRODUK SAMSUNG**  
(Survey Pada Konsumen Samsung Experience Store Senayan City)

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Aurellia Aldira Karim**

**44221120001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA  
2026**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurellia Aldira Karim  
NIM : 44221120001  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Kinerja Customer Relations Officer terhadap Kepuasan Pembelian Produk Samsung (Survei pada Konsumen Samsung Experience Store Senayan City)”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Februari 2026



(Aurellia Aldira Karim)

### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Aurellia Aldira Karim

NIM : 44221120001

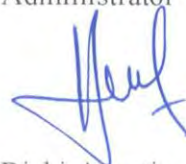
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Pengaruh Kinerja Customer Relations Officer Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Samsung (Survey Pada Konsumen Samsung Experience Store Senayan City)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 25%

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 12 Februari 2026  
Administrator Turnitin



Rizki Agustin, S.Kom

#### KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aurellia Aldira Karim  
NIM : 44221120001  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kinerja Customer Relations Officer Terhadap  
Kepuasan Pembelian Produk Samsung (Survey Pada Konsumen Samsung Experience Store  
Senayan City)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 31 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

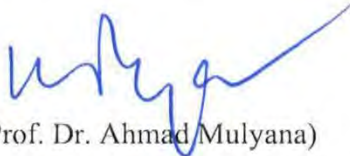
UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 12 Februari 2026

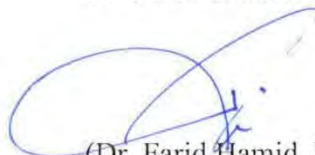
Mengetahui,

Dekan Fakultas  
Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana)  
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)  
NIDN/NUPTK: 0301117301

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, dukungan, dan arahan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan yang penuh perhatian, kritik, saran, serta ilmu yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Prof. Dr. Andi Adriansyah M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Ibu Ekawati Perwitasari Fauzi, M.Ed, selaku Sekprodi Ilmu Komunikasi & Ketua Sidang atas waktu, arahan, dan masukan berharga selama proses sidang akhir
6. Ibu Novi Erlita, M.A selaku Dosen Penguji Ahli atas saran dan masukan yang sangat berharga untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana Jakarta
8. Kedua orang tua peneliti, Bapak Zainal Johan Karim dan Ibu Ira Livia yang telah mendukung, mendoakan dan memberi semangat untuk penulis selama menempuh perkuliahan

9. Sahabat seperjuangan penulis sejak semester satu, yaitu Ruby dan Mujib yang selalu mendukung satu sama lain selama perkuliahan. Serta Pasangan Penulis yaitu Cavel yang tidak putus mendukung penulis dalam penelitian ini. Rekan seperjuangan lainnya Yaitu Aulia,Futri,Regina,Laura,Tia,Putri,Acha & Anggie.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, yang telah membantu peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi.
11. Tidak lupa, peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih karena sudah bertahan selama ini dan tidak pernah menyerah dalam menjalankan prosesnya. Penelit sangat bersyukur karena dalam setiap prosesnya mendapatkan banyak pelajaran yang berharga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Januari 2026

Aurellia Aldira Karim

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurellia Aldira Karim  
NIM : 44221120001  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kinerja Customer Relations Officer terhadap Kepuasan Pembelian Produk Samsung (Survei pada Konsumen Samsung Experience Store Senayan City)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Februari 2026

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA



(Aurellia Aldira Karim)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja Customer Relations Officer (CRO) terhadap kepuasan pembelian produk Samsung pada konsumen Samsung Experience Store Senayan City. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 dan Microsoft Excel 2016.

Tahapan analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), serta uji t parsial. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kinerja Customer Relations Officer dan kepuasan pembelian dinyatakan valid dan reliabel. Uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal sehingga memenuhi syarat untuk analisis regresi.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kinerja Customer Relations Officer berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,923 dan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai koefisien korelasi sebesar 0,760 menunjukkan hubungan yang kuat antara kinerja CRO dan kepuasan pembelian, sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar 57,8% mengindikasikan bahwa kinerja CRO mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pembelian konsumen, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek kinerja CRO seperti komunikasi yang efektif, responsivitas terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan, empati, profesionalisme, serta kemampuan memberikan solusi berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pembelian konsumen. Penelitian ini menegaskan peran strategis *Customer Relations Officer* sebagai bagian dari fungsi Public Relations dalam membangun citra perusahaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan pengalaman layanan yang positif pada ritel teknologi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi akademis bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya di bidang Public Relations dan komunikasi layanan, serta memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan layanan pelanggan di industri ritel teknologi.

*Kata Kunci: Kinerja Customer Relations Officer Kepuasan Pembelian.*

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of Customer Relations Officer (CRO) performance on purchase satisfaction of Samsung products among consumers at the Samsung Experience Store Senayan City. The research employs a quantitative approach using a survey method. The sampling technique applied is accidental sampling, with a total of 100 respondents determined using the Lemeshow formula. Primary data were collected through questionnaire distribution to consumers and analyzed using SPSS version 25 and Microsoft Excel 2016.*

*The data analysis procedures include validity testing, reliability testing, normality testing, simple linear regression analysis, coefficient of determination ( $R^2$ ), and partial t-test. The results of the validity and reliability tests indicate that all measurement items for both CRO performance and purchase satisfaction variables are valid and reliable. The normality test confirms that the data are normally distributed, fulfilling the assumptions required for regression analysis.*

*The results of the simple linear regression analysis reveal that Customer Relations Officer performance has a positive and significant effect on purchase satisfaction. This is evidenced by a regression coefficient of 0.923 and a significance value of 0.000 ( $< 0.05$ ). The correlation coefficient value of 0.760 indicates a strong relationship between CRO performance and purchase satisfaction, while the coefficient of determination of 57.8% shows that CRO performance explains a substantial proportion of the variance in purchase satisfaction, with the remaining variance influenced by other factors beyond this study.*

*The findings demonstrate that key aspects of CRO performance—such as effective communication, responsiveness to customer needs and complaints, empathy, professionalism, and problem-solving ability—play a crucial role in enhancing consumer purchase satisfaction. This study highlights the strategic role of Customer Relations Officers as part of the Public Relations function in building corporate image, strengthening customer loyalty, and delivering positive service experiences in the technology retail industry. The results are expected to contribute academically to the field of Communication Studies, particularly Public Relations and service communication, as well as provide practical insights for customer service management in technology retail.*

*Keywords: Customer Relations Officer Performance, Purchase Satisfaction.*

## DAFTAR ISI

### Halaman

|                                                                                 |      |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL TA .....                                                         | 0    |
| HALAMAN JUDUL TA.....                                                           | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....                                          | ii   |
| PERNYATAAN SIMILARTY CHECK.....                                                 | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                        | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                                                            | v    |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI<br>REPOSITORI UMB ..... | vii  |
| ABSTRAK.....                                                                    | viii |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                           | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                                                 | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                                              | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                             | xvii |
| BAB 1 PENDAHULUAN.....                                                          | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                             | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                       | 3    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                     | 3    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                    | 4    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                                    | 5    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                                  | 5    |
| 2.2 Kajian Teoritis.....                                                        | 17   |
| 2.2.1 Komunikasi .....                                                          | 18   |

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.2 Customer Relations Officer (CRO).....                                                | 20 |
| 2.2.3 Teori SERVQUAL.....                                                                  | 24 |
| 2.2.4 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R).....                                        | 27 |
| 2.2.5 Kepuasan Pelanggan .....                                                             | 29 |
| 2.2.6 Teori Kepuasan Pembelian ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....                      | 32 |
| 2.2.7 Hubungan Kinerja Customer Relations Officer (CRO) dengan<br>Kepuasan Pelanggan ..... | 36 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian.....                                                              | 37 |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....                                                 | 39 |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                                                              | 39 |
| 3.2 Metode Penelitian.....                                                                 | 40 |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                                              | 42 |
| 3.3.1 Populasi.....                                                                        | 42 |
| 3.3.2 Sampel.....                                                                          | 42 |
| 3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep .....                                           | 43 |
| 3.4.1 Definisi Konsep.....                                                                 | 43 |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....                                                        | 44 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                                           | 46 |
| 3.5.1 Data Primer .....                                                                    | 46 |
| 3.5.2 Data Sekunder .....                                                                  | 48 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reabilitas .....                                                     | 48 |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                                                  | 48 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                                               | 50 |
| 3.7 Teknik Analisa Data.....                                                               | 52 |
| 3.7.1 Uji Regresi Linear Sederhana .....                                                   | 52 |

|                                                                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                                                                 | 53        |
| 3.7.3 Hipotesis Penelitian dan Uji Hipotesis Penelitian.....                                                                   | 53        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                             | <b>56</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                                                       | 56        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Samsung <i>Experience Store</i> Senayan City .....                                                         | 56        |
| 4.1.2 Peran Customer Relations Officer di Samsung <i>Experience Store</i><br>Senayan City .....                                | 59        |
| 4.2 Hasil Menentukan Sample .....                                                                                              | 59        |
| 4.3 Hasil Penelitian .....                                                                                                     | 60        |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....                                                                           | 60        |
| 4.3.2 Karakteristik Data Responden.....                                                                                        | 62        |
| 4.3.3 Variabel X Kinerja <i>Customer Relations Officer</i> Pada Konsumen<br>Samsung <i>Experience Store</i> Senayan City ..... | 64        |
| 4.3.4 Variabel Y Kinerja Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung<br><i>Experience Store</i> Senayan City .....                | 69        |
| 4.4 Analisis Variabel X dan Y .....                                                                                            | 74        |
| 4.4.1 Uji Normalitas.....                                                                                                      | 74        |
| 4.4.2 Uji Korelasi .....                                                                                                       | 74        |
| 4.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....                                                                                  | 75        |
| 4.4.4 Uji T (Parsial).....                                                                                                     | 77        |
| 4.4.5 Uji Koefisien Determinasi .....                                                                                          | 78        |
| 4.5 Pembahasan.....                                                                                                            | 79        |
| 4.5.1 Pembahasan Skor Kuisioner .....                                                                                          | 79        |
| 4.5.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                                                        | 80        |
| 4.5.3 Analisis Pembahasan.....                                                                                                 | 82        |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| BAB V KESIMPULAN.....          | 84 |
| 5.1 Kesimpulan .....           | 84 |
| 5.2 Implikasi Teoritis .....   | 84 |
| 5.3 Implikasi Manajerial ..... | 84 |
| 5.4 Saran.....                 | 85 |
| 5.4.1 Saran Akademis .....     | 85 |
| 5.4.2 Saran Praktis .....      | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA.....            | 87 |
| LAMPIRAN.....                  | 90 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                            | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....                                                                 | 10      |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....                                                              | 46      |
| Tabel 3.2 Pengukuran Skala .....                                                                           | 48      |
| Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel <i>X</i> .....                                                            | 50      |
| Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel <i>Y</i> .....                                                            | 51      |
| Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel .....                                                                  | 52      |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kinerja Customer Relations Officer <i>X</i> .....                            | 62      |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pembelian <i>Y</i> .....                                            | 62      |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Realibilitas Kinerja Customer Relations Officer <i>X</i> .....                         | 63      |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Pembelian <i>Y</i> .....                                         | 63      |
| Tabel 4.5 Frekuensi Jenis Kelamin Reponden .....                                                           | 64      |
| Tabel 4.6 Frekuensi Usia Responden .....                                                                   | 64      |
| Tabel 4.7 Frekuensi Belanja Di Store Samsung Reponden .....                                                | 65      |
| Tabel 4.8 Frekuensi Jenis Produk Samsung Reponden .....                                                    | 65      |
| Tabel 4.9 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung<br>Experience Store Senayan City. ....  | 66      |
| Tabel 4.10 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung<br>Experience Store Senayan City ..... | 67      |
| Tabel 4.11 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung<br>Experience Store Senayan City ..... | 67      |
| Tabel 4.12 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung<br>Experience Store Senayan City ..... | 68      |
| Tabel 4.13 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung<br>Experience Store Senayan City ..... | 68      |
| Tabel 4.14 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung<br>Experience Store Senayan City ..... | 69      |

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.15 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 69 |
| Tabel 4.16 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 70 |
| Tabel 4.17 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 70 |
| Tabel 4.18 Kinerja Customer Relations Officer Pada Konsumen Samsung |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 71 |
| Tabel 4.19 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 72 |
| Tabel 4.20 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 72 |
| Tabel 4.21 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 73 |
| Tabel 4.22 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 74 |
| Tabel 4.23 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 74 |
| Tabel 4.24 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 75 |
| Tabel 4.25 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 75 |
| Tabel 4.26 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 76 |
| Tabel 4.27 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 77 |
| Tabel 4.28 Kepuasan Pembelian Pada Konsumen Samsung                 |    |
| Experience Store Senayan City .....                                 | 77 |

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.29 Hasil Uji Normalitas .....               | 78 |
| Tabel 4.30 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....       | 79 |
| Tabel 4.31 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....       | 79 |
| Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana ..... | 80 |
| Tabel 4.33 Hasil Uji t (Parsial) .....              | 81 |
| Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....    | 82 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                             | <b>Halaman</b> |
|---------------------------------------------|----------------|
| Gambar 4.1 Samsung Store .....              | 57             |
| Gambar 4.2 Jenis Produk Samsung Store ..... | 58             |

