

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN MUSIK *STREAMING SPOTIFY PREMIUM* DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

RANGGA NOVANSYAH
NIM: 2110412310026



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN BERLANGGANAN LAYANAN MUSIK STREAMING SPOTIFY PREMIUM DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Rangga Novansyah
NIM : 2110412310026
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:

- a. Pembimbing

Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003


(.....)

- b. Penguji I

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP. 197401102000031001


(.....)

- c. Penguji II

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
NIP. 197805242006042001


(.....)

Banjarmasin, 11 Desember 2025

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.A.B
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003

Mengetahui
Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 6350/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
2. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
3. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Ranga Novansyah
NIM : 2110412310026
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Identify dan Online Customer Review
Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Musik Streaming
Spotify Premium di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 12 November 2025
J a m : 11.30 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 4 November 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu tanggal 12 bulan November tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 6350/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 4 November 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Rangga Novansyah
NIM : 2110412310026
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Identify dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Musik Streaming Spotify Premium di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai :
Dinyatakan : ~~Lulus / Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 12 November 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Rangga Novansyah

1. Ketua : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

2. Sekretaris : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM

3. Anggota : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul '*Pengaruh Brand Identity dan Online Customer Review terhadap Keputusan Berlangganan Layanan Musik Streaming Spotify Premium di Kota Banjarmasin*'. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri teladan dan pembawa cahaya bagi seluruh umat manusia..

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam mendukung kelancaran studi penulis.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, atas perhatian dan arahan yang telah diberikan selama masa studi.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB., selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis sekaligus Dosen Penguji 2 Skripsi, atas segala dukungan, perhatian, serta masukan berharga yang telah membantu penyempurnaan penelitian ini.

5. Bapak Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dengan penuh kesabaran dan dedikasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penguji 1 Skripsi, atas bimbingan, saran, dan motivasi yang telah diberikan selama masa studi hingga proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, atas ilmu, bantuan, dan layanan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

Semoga segala kebaikan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Aamiin.

Banjarmasin, 12 Desember 2025



Rangga Novansyah

NIM. 2110412310026

ABSTRAK

Rangga Novansyah, 2110412310026, 2025. Pengaruh *Brand Identity* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Berlangganan Layanan Musik *Streaming Spotify Premium* di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Muhammad Hasanur Arifin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *Brand Identity* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Berlangganan layanan musik digital *Spotify Premium* di Kota Banjarmasin, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori kausal. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan pengguna *Spotify Premium*, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 27.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Identity* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berlangganan *Spotify Premium* di Kota Banjarmasin. *Online Customer Review* juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berlangganan *Spotify Premium*. Secara simultan, *Brand Identity dan Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berlangganan *Spotify Premium* di Kota Banjarmasin. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki tingkat pengaruh yang kuat dalam menjelaskan variasi Keputusan Berlangganan.

Kata kunci: *Brand Identity*, *Online Customer Review*, Keputusan Berlangganan, *Spotify Premium*

ABSTRACT

Rangga Novansyah, 2110412310026, 2025. The Influence of Brand Identity and Online Customer Review on Subscription Decisions for Spotify Premium Music Streaming Services in Banjarmasin City, supervised by Muhammad Hasanur Arifin.

This study aims to identify and examine the influence of Brand Identity and Online Customer Review on Subscription Decisions for Spotify Premium in Banjarmasin City, both partially and simultaneously.

The research employs a quantitative approach with a causal explanatory design. The sample consists of 100 respondents who are Spotify Premium users, selected using purposive sampling based on specific criteria. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27.0.

The results of the study indicate that Brand Identity has a positive and significant partial influence on Subscription Decisions for Spotify Premium in Banjarmasin City. Online Customer Review is also found to have a positive and significant partial influence on Subscription Decisions. Simultaneously, Brand Identity and Online Customer Review significantly influence Subscription Decisions for Spotify Premium. The coefficient of determination (R^2) shows that both variables have a strong explanatory power in describing the variation in Subscription Decisions.

Keywords: Brand Identity, Online Customer Review, Subscription Decision, Spotify Premium.

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.”

(Q.S. An-Najm: 39)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”

(Q.S. Ar-Ra'd: 11)

Dengan penuh rasa syukur, karya ini penulis persembahkan pertama-tama kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas segala rahmat, petunjuk, dan kemudahan yang diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tiada daya dan upaya melainkan atas izin dan pertolongan-Nya.

Kepada diri sendiri, yang telah setia berjuang melewati setiap rintangan dan menghadapi berbagai kesulitan dengan keteguhan dan kesabaran. Terima kasih telah menahan lelah, bangkit dari keterpurukan, dan tetap melangkah meski jalan yang ditempuh penuh tantangan. Terima kasih telah menjaga komitmen terhadap diri sendiri, terus belajar dari pengalaman, serta berusaha menjadi pribadi yang lebih bijaksana dan tangguh. Terima kasih telah bersikap konsisten, berani menghadapi ketakutan, dan tetap menempatkan integritas serta ketekunan sebagai landasan dalam menghadapi hidup. Semoga segala usaha dan ketekunan ini membuahkan hasil yang bermanfaat, tidak hanya bagi diri sendiri, tetapi juga bagi orang-orang di sekitar, serta menjadi fondasi untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi dalam kehidupan.

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini juga penulis persembahkan kepada Ibu dan Ayah tercinta, sosok penuh kasih, keteguhan, yang selalu menjadi sumber kekuatan, ketenangan, dan semangat. Doa, cinta, pengorbanan, serta nasihat yang tak pernah surut dari Ibu dan Ayah menuntun setiap langkah penulis hingga mencapai titik ini.

Kepada teman-teman terbaik, yaitu Muhammad Noval Syahputra, Muhammad Riandi, Muhammad Hafiz, dan Muhammad Vikri, yang selalu hadir membawa tawa dan semangat di tengah penat. Meski tidak secara langsung membantu dalam penyusunan skripsi, kebersamaan dan canda kalian menjadi penguat di masa-masa sulit.

Kepada Nazmira Shalima Zein, seseorang yang sangat teramat spesial, teman terbaik yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi di setiap langkah. Terima kasih atas perhatian, doa, dan semangat yang selalu hadir, menjadi penyemangat yang berarti dalam perjalanan ini. Segala perjuangan yang kita tanam hari ini akan tumbuh menjadi keberhasilan yang kita syukuri bersama kelak. Jalan yang kita pilih dipenuhi keberkahan, kebahagiaan, dan kekuatan untuk terus saling menguatkan hingga impian itu terwujud nyata.

“Aku pernah membuat Ibu mempertaruhkan nyawanya demi aku hadir di dunia, maka aku harus memastikan kehadiranku tak sia-sia. Dan aku membuat Ayah berjuang setiap hari tanpa jeda, maka aku pastikan setiap lelahnya akan terbayar dengan rasa bangga.”

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi ini adalah hasil asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini murni merupakan gagasan, rumusan, serta hasil penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan tim dosen penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar yang digunakan dalam skripsi ini telah disitasi dengan mencantumkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ditemukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Banjarmasin, 12 Desember 2025



Rangga Novansyah

NIM. 2110412310026

2.1.3 <i>Brand Identity</i>	33
2.1.3.1 Definisi <i>Brand</i>	33
2.1.3.2 Definisi <i>Brand Identity</i>	33
2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Membentuk <i>Brand Identity</i>	34
2.1.3.4 Indikator-Indikator <i>Brand Identity</i>	35
2.1.4 <i>Online Costumer Review</i>	37
2.1.4.1 Definisi <i>Online Costumer Review</i>	37
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Customer Review.....	38
2.1.4.3 Indikator <i>Online Costumer Review</i>	39
2.1.5 Keputusan Berlangganan	40
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Berlangganan	40
2.1.5.2 Tahapan Proses Keputusan Berlangganan	41
2.1.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berlangganan	45
2.1.5.4 Indikator-Indikator Keputusan Berlangganan	49
2.2 Penelitian Terdahulu	51
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	60
2.3.1 Hipotesis	60
2.3.2 Model Penelitian	65
BAB III.....	66
METODE PENELITIAN	66
3.1 Pendekatan Penelitian	66
3.2 Desain Penelitian	66
3.3 Lokasi Penelitian.....	66
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	67
3.4.1 Populasi.....	67
3.4.2 Besar Sampel	68
3.4.3 Teknik Sampling.....	69
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	70
3.5.1 Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	70
3.5.1.1 <i>Brand Identity</i> (X1).....	70
3.5.1.2 Online Costumer Review (X2)	72

3.5.2 Variabel Bebas (<i>Dependent</i>)	73
3.5.2.1 Keputusan Berlangganan	73
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	77
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	78
3.7 Teknik Analisis Data.....	79
3.7.1 Skala Pengukuran.....	79
3.7.2 Deskriptif Statistik	80
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	80
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	82
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	83
3.7.4.2 Uji Multikolinieritas.....	83
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	84
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	84
3.7.6 Analisis Statistik Deskriptif.....	85
3.7.7 Alat Uji Hipotesis	86
3.7.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	86
3.7.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	87
3.7.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	88
BAB IV	89
HASIL PENELITIAN	89
4.1 Profil Responden.....	89
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
4.1.2 Berdasarkan Domisili.....	90
4.1.3 Berdasarkan Usia	91
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan.....	92
4.1.5 Berdasarkan Pendapatan	93
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	94
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Brand Identity</i> (X1).....	94
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	98
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Berlangganan (Y).....	101
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	104

4.3.1 Uji Validitas	104
4.3.2 Uji Reliabilitas	107
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	108
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	108
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	110
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	111
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	112
4.6 Hasil Uji Hipotesis	114
4.6.1 Uji t (Parsial).....	114
4.6.2 Uji F (Simultan)	115
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	116
BAB V	118
PEMBAHASAN HASIL.....	118
5.1 Pembahasan.....	118
5.1.1 Pengaruh <i>Brand Identity</i> terhadap Keputusan Berlangganan Layanan Spotify Premium di Kota Banjarmasin	118
5.1.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Berlangganan Layanan Spotify Premium di Kota Banjarmasin	120
5.1.3 Pengaruh <i>Brand Identity</i> terhadap Keputusan Berlangganan Layanan Spotify Premium di Kota Banjarmasin	122
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	123
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	126
BAB VI.....	127
PENUTUP.....	127
6.1 Kesimpulan	127
6.2 Saran	127

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	74
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	79
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	86
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi koefisien korelasi	88
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	89
Tabel 4.2 Domisili Responden.....	90
Tabel 4.3 Usia Responden	91
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	92
Tabel 4.5 Pendapatan/Uang Saku Responden.....	93
Tabel 4.6 Jawaban Responden Butir X1 Variabel <i>Brand Identity</i> (X1)	94
Tabel 4.7 Jawaban Responden Butir X2 Variabel Online Customer Review (X2)	98
Tabel 4.8 Jawaban Responden Butir Y Variabel Keputusan Berlangganan (Y)	101
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	105
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	107
Tabel 4.11 Uji Kolmogorov Smirnov	109
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	111
Tabel 4.13 Uji Regresi Linear Berganda	112
Tabel 4.14 Hasil Stastitik Secara Parsial (Uji-t)	114
Tabel 4.15 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	115
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi R2	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Spotify Premium dari Tahun ke Tahun.....	4
Gambar 1. 2 Grafik Pangsa Pasar Streaming Musik.....	5
Gambar 1. 3 Diagram Hasil Observasi Online Pertanyaan Tentang Variabel.....	9
Gambar 1. 4 Diagram Hasil Observasi Online Pertanyaan Tentang Variabel.....	10
Gambar 1. 5 Diagram Hasil Observasi Online Pertanyaan Tentang Variabel.....	11
Gambar 2.1 Model Penelitian	65
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	108
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	109
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	137
Lampiran 2.1 Hasil Tabulasi Variabel Penelitian	145
Lampiran 3.1 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Identity</i> (X1).....	137
Lampiran 3.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Online Customer Review (X2)	139
Lampiran 3.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Berlangganan (Y)	141
Lampiran 3.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas <i>Brand Identity</i> (X1)	144
Lampiran 3.5 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Online Customer Review (X2)	145
Lampiran 3.6 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Berlangganan (Y)	146
Lampiran 3.7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	148
Lampiran 3.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	150
Lampiran 3.9 Titik Persentase Distribusi t (t tabel).....	152
Lampiran 3.10 Titik Persentase Distribusi r (r tabel)	153
Lampiran 3.11 Titik Persentase Distribusi F (F tabel).....	154