

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 179–189.
- Afrika, A., & Purba, R. R. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TOKOPEDIA (DT. SHOP MEDAN). *JURNAL MUTIARA MANAJEMEN*, 5(1), 38–51. <https://doi.org/10.51544/jmm.v5i1.3044>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2016). Customers' Intention and Adoption of Telebanking in Jordan. *Information Systems Management*, 33(2), 154–178. <https://doi.org/10.1080/10580530.2016.1155950>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Cetakan Ketujuh*. Alfabeta.
- Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). *DIGITAL BUSINESS AND E-COMMERCE MANAGEMENT* (Pearson, Ed.; Vol. 7). Pearson UK. [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Damasta S., M. I. (2018). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Shopping Convenience Terhadap Customer Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada.co.id). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 7(4). <https://doi.org/10.14710/jiab.2018.21919>
- Drucker, P. F. (2000). The change leader. *National Productivity Review*, 19(2). [https://doi.org/10.1002/1520-6734\(200021\)19:2<13::AID-NPR2>3.0.CO;2-V](https://doi.org/10.1002/1520-6734(200021)19:2<13::AID-NPR2>3.0.CO;2-V)
- Drucker, P. F. (2017). *The Theory of the Business* (Harvard Business Review Classics). Harvard Business Review Press.
- Eftitah, E., Nyoman Putu Martini, N., Susbiyani, A., Herlambang, T., Sakit Islam Fatimah Banyuwangi, R., & Muhammadiyah Jember, U. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Citra Rumah Sakit Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pasien.
- Erinda, A., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI PELANGGAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Terhadap Pelanggan McDonald's di

- Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol, 30(1), 87–95. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1191>
- Febrianah, F., & Sukaris. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 309–315. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Vol. 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, F., Kadang, J., & Syrifuddin, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko. *Empiricism Journal*, 4(1), 208–212. <https://doi.org/10.36312/ej.v4i1.1170>
- Hasnadi, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA USERS DI KABUPATEN BUNGO. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://doi.org/10.36355/jms.v1i3.614>
- Jamaludin, N., & A'is, R. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA KOPERASI SYARIAH BMT BISMA TANGERANG. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i3.607>
- Kim, Y. and Peterson, R.A. (2017) 'A Meta-analysis of Online Trust Relationships in E-commerce', *Journal of Interactive Marketing*, 38(), pp. 44-54 [Online]. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1094996817300014#!>
- Kock, N. (2013). Advanced PLS-SEM techniques using WarpPLS. *International Journal of e-Collaboration*, 9(3), 1-16.
- Kotiyah, K., Roslina, R., & Nabila, N. I. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Zalora Indonesia. *Economics and Digital Business Review*, 4(No. 2), 459–478. <https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/598>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing: An Introduction, 12th edition* (12th ed.). Harlow: Pearson Education.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (L. Albelli, Ed.; 17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management Global Edition* (S. Wall, M. Gaffney, E. Adams, S. Jackson, S. Ukil, D. Petrino, & S. Brian, Eds.; 15th ed.). Pearson.
- Kumar, J., Gupta, A., & Dixi, S. (2020). Netflix: SVoD entertainment of next gen. *Emerald Emerging Markets Case Studies* 10(3), 1-36.
- Kumba Digidowiseiso, S. E., M. App. E. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS* (M. S. Dr. Suharyono, Ed.). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS)
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society, Global Edition* (S. Wall, N. Sam, A. Kar, Daniel Luiz, O. Vignone, & B. Surette, Eds.). Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, Society, Global Edition* (S. Wall, N. Sam, A. Kar, Daniel Luiz, O. Vignone, & B. Surette, Eds.). Pearson Education Limited.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall. com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-8.
- Lowry, P. B., Zhang, J., Wang, C., & Siponen, M. (2016). Why Do Adults Engage in Cyberbullying on Social Media? An Integration of Online Disinhibition and Deindividuation Effects with the Social Structure and Social Learning Model. *Information Systems Research*, 27(4), 962–986. <https://doi.org/10.1287/isre.2016.0671>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua* (2nd ed.). Salemba Empat.
- McDaniel, C., Lamb, C. W., & Hair, J. F. (2013). *Introduction to Marketing* (12th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Munandar, D., Assaf, R. A., & Putri, S. K. (2024). EFFECT OF ONLINE MARKETING COMMUNICATIONS, CONSUMER PREFERENCES, CONSUMER NEEDS ON PURCHASE BEHAVIOR AND THEIR IMPACT ON PURCHASE DECISIONS (Survey on the Tokopedia and Shopee Online Shop consumers in Bandung). *Jurnal Soshum Insentif*, 7(1), 43–52. <https://doi.org/10.36787/jsi.v7i1.1415>

- 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*, Vol. 13(No. 1), 23–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1022>
- Nugroho, J. S. (2013). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Kencana Prenada Meida Group.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics* (9th ed.). Pearson.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN E-COMMERCE LAZADA. *AGORA*, 7(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8142>
- Purwaningrum, M. R., & Pasaribu, L. H. (2021). Enrichment: Journal of Management The Influence of Service Quality, Promotion, and Secure Transaction Towards Purchase Decision (Study Case on Tokopedia.com). *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 190–196. [www.enrichment.iocspublisher.org](http://www.enrichment.iocspublisher.org)
- Putri, F., Pujianto, A., & Mulyati, D. J. (2023). ANALISIS PENGARUH PREFERENSI MEREK, PERSEPI KUALITAS, PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS UNTUK PENJUALAN JIWA TOAST CITRALAND SURABAYA MELALUI MEDIA E-COMMERCE). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(2), 35–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.30996/jdab.v9i2.10538>
- Ramadhani, D. A. S., & Prastiwi, A. (2021). PENGARUH NILAI HARGA, ULASAN, KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI SHOPEE. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB : UNIVERSITAS BRAWIJAYA*, 9(1).
- Salsabila, H. Z., Susanto, & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>

- Santoso, A., Yuliari, K., & Priyantoro, P. (2020). The Effect of Security and Trust on Online Purchasing Decisions at Shopee by Kadiri University Students. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 473, 799–804. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201014.172>
- Santoso, H. B., Isal, R. Y. K., Basaruddin, T., Sadita, L., & Schrepp, M. (2014). User Experience Evaluation of Student Centered e-Learning Environment for Computer Science Program. *3rd International Conference on User Science and Engineering (i-USER)*.
- Sarwani, S., & Rohmah, F. S. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, Vol. 6(No. 2), 58–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Setiadi, J. N. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (3rd ed.). PrenadaMedia Group.
- Siregar, R. S., Sulistyandari, & Ramadhan, R. R. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MASYARAKAT KAMPAR KIRI TENGAH). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran : teori & implementasi* (F. Sigit, Ed.; 1st ed.). Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Supartono. (2022). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2), 210–218. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1334>
- Sun, H., & Zhang, P. (2019). The Role of Perceived Usability, Perceived Usefulness, and Perceived Enjoyment in the Acceptance of Digital Libraries: A Structural Equation Modeling Approach. *Information Processing & Management*, 56(2), 446-464.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE. *MAJALAH EKONOMI DAN BISNIS*, Vol. 18(No. 2), 73–79.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Andi.
- Ulfa, R. (2021). VARIABEL PENELITIAN DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 1(1), 342–351.
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Wardhani, W., & Sukresna, I. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Korea Selatan Pada Brand Equity Dengan Brand Credibility Dan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Produk Whitelab). *Diponegoro Journal Of Management*, 1-13. Retrieved from <http://ejournal.s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>



**LAMPIRAN I**  
**KUISIONER PENELITIAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Pada kesempatan ini, saya Satria Rizki Imamal Wiryawan dalam rangka penelitian saya yang bertujuan untuk memenuhi syarat penelitian agar menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional diperlukan data-data informasi penelitian untuk mendukung kelancaran terhadap penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Preferensi, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kemudahan Bertransaksi, Keamanan Dalam Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Kota Depok”.

Dengan ini saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia meluangkan waktunya mengisi kuisisioner ini dengan memberikan jawaban secara lengkap sesuai ketentuan. Semua jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan bersifat rahasia dan tidak akan disebarluaskan.

Kemudian atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah meluangkan waktunya agar bisa membantu saya menyelesaikan penelitian ini dengan mengisi kuisisionernya, saya mengucapkan banyak terimakasih dan mohon maaf apabila terdapat suatu pernyataan yang tidak berkenan di hati Bapak/Ibu/Saudara/i.

Hormat saya,

Satria Rizki Imamal Wiryawan

193402516110

## IDENTITAS RESPONDEN

### A. Petunjuk Pengisian :

1. Istilah dengan detail (data diri responden) dengan benar dan lengkap pada tempat yang telah disediakan.
2. Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner ini dan saya berharap tidak ada yang terlewatkan.
3. Pilih salah satu jawaban yang tersedia.

4. Jawaban/tanggapan tersedia dalam (5) alternative pilihan yaitu :

Sangat Tidak Setuju : (STS) skor 1

Tidak Setuju : (TS) skor 2

Netral : (N) skor 3

Setuju : (S) skor 4

Sangat Setuju : (SS) skor 5

### B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

2. Usia GEN MIL & Z

- 17 – 25 Tahun
- 26 – 33 Tahun
- 34 – 43 Tahun

3. Penghasilan

- Rp. 1.500.000 – 4.800.000





- Rp. 4.900.000 – 7.700.000
- Rp. 7.800.000 – 10.000.000
- Rp. 10.000.000 >

#### 4. Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Ibu Rumah Tangga
- Pedagang/Wirausaha

#### 5. Kecamatan

- Beji
- Bojongsari
- Cilodong
- Cimanggis
- Cinere
- Cipayung
- Limo
- Pancoran Mas
- Sawangan
- Sukmajaya
- Tapos



### KUISIONER PREFERENSI

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	CS	SS
<b>Faktor sosial</b>						
1.	Saya cenderung membeli produk di aplikasi Shopee karena rekomendasi dari teman atau keluarga.					
	Pengaruh ulasan positif dari pengguna lain di media sosial membuat saya lebih memilih untuk berbelanja di Shopee.					
<b>Metode Pembayaran</b>						
2.	Keberagaman metode pembayaran yang ditawarkan oleh Shopee memudahkan saya dalam melakukan transaksi.					
	Saya lebih suka menggunakan aplikasi yang menyediakan metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi saya, seperti e-wallet atau transfer bank.					
<b>Pengaruh Lingkungan</b>						
3.	Lingkungan sekitar saya, seperti teman dan keluarga, sering membahas pengalaman positif mereka berbelanja di Shopee, yang mempengaruhi keputusan saya.					
	Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh Shopee sering kali menarik perhatian saya dan mempengaruhi preferensi saya untuk berbelanja di aplikasi tersebut.					

### KUISIONER KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Mudah Digunakan</b>						
1.	Antarmuka aplikasi Shopee sangat intuitif, sehingga saya dapat dengan mudah menemukan produk yang saya cari.					
	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi Shopee karena navigasinya yang sederhana dan tidak membingungkan.					
<b>Mudah Dipelajari</b>						
2.	Saya tidak memerlukan waktu lama untuk memahami cara menggunakan aplikasi Shopee, karena tutorial dan panduan yang disediakan sangat jelas.					
	Fitur-fitur dalam aplikasi Shopee mudah dipelajari, sehingga saya dapat dengan cepat beradaptasi saat pertama kali menggunakannya.					
<b>Jelas dan Dapat Dimengerti</b>						
3.	Informasi produk yang disediakan di aplikasi Shopee disajikan dengan jelas, sehingga saya dapat membuat keputusan pembelian yang tepat.					
	Deskripsi dan gambar produk di Shopee mudah dipahami, membantu saya dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.					

### KUISIONER KEMUDAHAN BERTRANSAKSI

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Kemudahan Navigasi</b>						
1.	Saya dapat dengan mudah menavigasi antara kategori produk di aplikasi Shopee tanpa kesulitan.					
	Fitur pencarian di aplikasi Shopee sangat membantu saya menemukan produk yang saya inginkan dengan cepat.					
<b>Kemudahan Pembayaran</b>						
2.	Proses pembayaran di aplikasi Shopee sangat cepat dan tidak rumit, membuat saya merasa nyaman saat bertransaksi.					
	Saya menghargai kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee dalam menyelesaikan transaksi, seperti opsi pembayaran satu klik.					
<b>Fleksibel</b>						
3.	Aplikasi Shopee memungkinkan saya untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan kenyamanan saya.					
	Saya merasa fleksibel dalam memilih waktu dan metode pembayaran saat berbelanja di Shopee, yang meningkatkan pengalaman berbelanja saya.					

### KUISIONER KEAMANAN DALAM BERTRANSAKSI

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Jaminan Keamanan</b>						
1.	Saya merasa aman bertransaksi di Shopee karena adanya jaminan keamanan yang diberikan oleh platform.					
	Kebijakan perlindungan pembeli yang diterapkan oleh Shopee memberikan rasa aman saat melakukan pembelian.					
<b>Kerahasiaan Data</b>						
2.	Saya percaya bahwa data pribadi saya dilindungi dengan baik saat menggunakan aplikasi Shopee. Kebijakan privasi yang jelas dari Shopee					
	Kebijakan privasi yang jelas dari Shopee membuat saya merasa nyaman dalam memberikan informasi pribadi saat bertransaksi.					
<b>Bukti Transaksi</b>						
3.	Saya selalu menerima bukti transaksi setelah melakukan pembelian di Shopee, yang memberikan kepastian atas transaksi saya.					
	Adanya riwayat transaksi yang dapat diakses di aplikasi Shopee membantu saya dalam melacak pembelian yang telah saya lakukan.					

### KUISSIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Kesadaran akan Kebutuhan</b>						
1.	Saya menyadari kebutuhan untuk membeli produk tertentu setelah melihat iklan di aplikasi Shopee.					
	Rekomendasi dari teman atau keluarga sering kali memicu saya untuk menyadari kebutuhan akan produk baru.					
<b>Pencarian Informasi</b>						
2.	Setelah menyadari kebutuhan, saya sering mencari informasi tentang produk di aplikasi Shopee.					
	Saya membaca ulasan dan perbandingan produk di aplikasi Shopee sebelum membuat keputusan pembelian.					
<b>Evaluasi Alternatif</b>						
3.	Saya membandingkan harga dan kualitas produk di aplikasi Shopee dengan aplikasi e-commerce lainnya.					
	Fitur dan spesifikasi produk di aplikasi Shopee membantu saya dalam mengevaluasi alternatif yang ada.					
<b>Kontak Pasca-Pembelian</b>						
4.	Setelah melakukan pembelian, saya merasa nyaman untuk memberikan umpan balik melalui aplikasi Shopee.					
	Pengalaman positif saya setelah pembelian di aplikasi Shopee mendorong saya untuk merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.					

## LAMPIRAN II

## TABULASI JAWABAN KUESIONER

## A. Jawaban Kuesioner Preferensi (X1)

RESPONDEN	Preferensi (X1)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	4	5	4	5	28
2	3	4	4	4	5	3	23
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	4	5	28
5	4	5	5	5	5	5	29
6	4	4	5	3	3	5	24
7	5	5	5	3	4	4	26
8	4	4	4	5	4	3	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	3	4	3	4	4	3	21
11	3	4	5	4	3	4	23
12	5	4	5	5	4	3	26
13	3	4	4	4	4	5	24
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	4	5	5	5	29
16	4	3	5	5	4	5	26
17	4	4	5	5	4	5	27
18	3	5	5	5	3	3	24
19	3	5	5	4	3	5	25
20	3	3	4	3	4	3	20
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	5	5	5	5	28
23	2	4	5	5	5	5	26
24	5	4	5	5	5	5	29
25	5	5	5	5	5	5	30
26	3	4	4	4	4	3	22
27	4	3	5	5	4	3	24
28	2	3	2	2	2	3	14
29	3	1	3	3	2	2	14
30	3	4	3	4	2	4	20
31	4	4	5	4	4	4	25
32	3	4	5	5	4	5	26

33	3	3	3	4	4	4	21
34	5	5	5	4	5	4	28
35	5	5	5	5	5	5	30
36	2	2	3	2	2	2	13
37	5	5	4	4	5	5	28
38	4	4	3	4	3	4	22
39	2	2	2	2	3	2	13
40	4	3	4	4	4	4	23
41	3	3	4	3	4	3	20
42	4	3	4	3	3	4	21
43	4	5	4	5	5	5	28
44	5	4	5	5	4	4	27
45	4	4	4	4	4	4	24
46	3	2	3	2	2	2	14
47	5	5	4	5	5	4	28
48	5	5	5	5	4	5	29
49	2	2	2	2	3	2	13
50	5	4	4	4	5	5	27
51	3	4	3	4	4	3	21
52	4	4	4	3	4	4	23
53	4	5	4	4	4	4	25
54	5	5	4	5	4	4	27
55	3	3	3	3	2	2	16
56	5	4	4	4	5	4	26
57	5	4	4	5	4	4	26
58	3	3	3	3	2	2	16
59	4	5	5	5	5	5	29
60	4	5	4	5	4	4	26
61	4	5	4	5	4	4	26
62	4	3	3	4	3	3	20
63	5	5	4	4	4	5	27
64	4	3	4	4	3	4	22
65	3	4	3	3	3	3	19
66	5	5	4	4	5	5	28
67	4	4	4	4	4	5	25
68	4	4	3	4	3	4	22
69	4	4	5	4	5	5	27
70	5	5	5	5	4	5	29
71	3	4	3	4	4	3	21
72	5	4	4	5	4	4	26



73	4	3	3	4	3	4	21
74	5	5	5	4	5	5	29
75	3	3	4	3	3	4	20
76	5	5	5	5	5	4	29
77	4	5	5	5	5	4	28
78	5	4	4	5	5	5	28
79	3	2	2	3	3	2	15
80	5	5	4	5	5	4	28
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	5	4	4	4	4	25
83	4	5	5	5	4	5	28
84	3	2	3	2	2	3	15
85	3	3	4	4	4	4	22
86	3	3	5	5	3	4	23
87	2	4	4	5	3	4	22
88	4	2	4	4	3	3	20
89	5	4	5	4	4	3	25
90	4	2	4	4	3	4	21
91	4	4	4	4	4	4	24
92	2	4	4	4	3	2	19
93	4	3	4	5	4	4	24
94	3	4	4	4	4	3	22
95	2	4	4	4	4	4	22
96	5	3	5	5	4	4	26
97	5	5	5	4	4	4	27
98	5	4	4	4	4	4	25
99	5	5	4	4	5	4	27
100	5	5	5	5	4	5	29

### B. Jawaban Kuesioner Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2)

RESPONDEN	Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	4	5	5	29
2	3	1	3	2	2	2	13
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	3	4	5	4	3	23

7	3	4	4	4	4	4	23
8	4	4	5	4	4	3	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	3	4	4	5	5	25
11	3	3	4	4	4	3	21
12	5	4	4	4	4	4	25
13	3	3	4	4	4	4	22
14	5	5	4	5	5	5	29
15	5	5	5	5	5	5	30
16	1	2	4	3	3	3	16
17	4	5	5	5	3	3	25
18	3	3	4	4	4	2	20
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	3	4	3	4	4	21
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	3	4	3	4	4	22
24	5	5	5	5	4	3	27
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	3	3	22
27	4	5	4	4	4	4	25
28	2	3	3	3	3	1	15
29	3	3	1	2	3	1	13
30	4	3	4	2	5	3	21
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	3	5	5	4	4	26
33	4	3	3	4	4	4	22
34	4	4	5	5	4	4	26
35	5	5	5	4	4	4	27
36	2	2	2	2	2	2	12
37	4	5	4	4	4	5	26
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	4	3	19
40	3	3	3	4	4	4	21
41	3	3	4	3	4	3	20
42	3	4	3	4	4	4	22
43	4	5	4	4	5	5	27
44	5	4	5	4	4	4	26
45	4	5	4	4	5	4	26
46	3	2	3	2	2	2	14

47	5	4	5	5	4	4	27
48	5	5	5	4	5	4	28
49	5	5	4	5	5	4	28
50	4	5	5	5	5	5	29
51	3	3	3	4	3	4	20
52	3	3	3	3	4	3	19
53	5	4	4	5	4	4	26
54	4	5	4	5	4	4	26
55	3	3	3	2	2	2	15
56	5	5	5	4	4	4	27
57	5	5	4	4	5	5	28
58	2	3	2	3	2	3	15
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	5	4	4	5	4	26
61	5	4	5	5	5	5	29
62	4	4	3	4	4	4	23
63	4	5	5	5	5	5	29
64	4	4	4	3	3	3	21
65	4	4	3	4	4	3	22
66	5	5	4	4	4	5	27
67	5	4	5	4	5	5	28
68	3	4	3	4	3	3	20
69	4	4	4	5	4	4	25
70	5	5	4	5	4	4	27
71	4	5	5	5	4	4	27
72	5	5	4	4	5	4	27
73	3	4	3	3	3	3	19
74	5	4	4	4	4	5	26
75	2	2	2	2	2	2	12
76	5	5	4	4	5	4	27
77	4	4	4	5	4	5	26
78	4	5	5	5	4	5	28
79	4	3	4	4	3	4	22
80	5	4	4	5	5	5	28
81	5	5	5	5	5	4	29
82	4	5	4	5	4	5	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	3	3	3	3	3	4	19
85	5	5	3	4	3	3	23
86	4	4	3	4	4	3	22

87	5	5	4	3	4	4	25
88	4	4	5	4	4	4	25
89	4	5	3	3	4	3	22
90	3	4	3	3	4	3	20
91	5	4	5	4	4	4	26
92	4	4	4	4	3	3	22
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	4	4	4	3	3	21
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	5	25
99	4	4	4	5	4	5	26
100	4	4	5	5	5	5	28

### C. Jawaban Kuesioner Kemudahan Bertransaksi (X3)

RESPONDEN	Kemudahan Bertransaksi (X3)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	3	23
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	3	4	4	3	3	5	22
7	4	4	4	4	4	3	23
8	4	3	4	5	4	4	24
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	5	3	4	4	3	23
11	4	4	3	3	3	4	21
12	5	4	5	3	5	4	26
13	4	4	4	4	5	5	26
14	5	4	5	5	5	5	29
15	5	5	3	5	5	3	26
16	4	5	5	4	4	5	27
17	4	4	4	4	5	5	26
18	3	3	4	4	5	5	24
19	4	3	4	4	4	4	23
20	5	4	3	4	4	4	24

21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	3	3	22
27	5	4	4	4	4	3	24
28	1	2	3	3	2	2	13
29	1	2	1	1	2	1	8
30	3	4	3	2	5	4	21
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	5	4	4	5	5	27
33	3	3	3	4	3	3	19
34	5	5	4	5	5	5	29
35	4	5	4	4	5	4	26
36	5	4	4	4	5	4	26
37	5	4	4	4	4	5	26
38	3	4	3	3	3	4	20
39	3	3	4	3	4	4	21
40	3	3	3	4	4	3	20
41	3	3	3	4	3	4	20
42	4	3	3	4	3	3	20
43	4	5	4	5	4	4	26
44	4	4	5	5	4	4	26
45	4	5	4	5	4	4	26
46	2	2	2	2	2	2	12
47	4	4	5	5	4	4	26
48	4	5	5	4	5	5	28
49	5	4	5	5	4	5	28
50	4	5	4	5	5	5	28
51	4	3	3	3	3	4	20
52	3	4	3	4	3	4	21
53	4	4	5	5	5	5	28
54	4	5	5	4	4	5	27
55	3	2	3	2	3	3	16
56	5	4	4	4	5	5	27
57	5	5	5	4	4	5	28
58	3	3	2	2	3	2	15
59	5	5	4	5	5	5	29
60	4	5	4	4	4	5	26

61	5	5	4	4	5	5	28
62	4	3	4	3	4	4	22
63	5	4	5	5	5	4	28
64	4	3	3	3	4	4	21
65	4	4	4	4	4	3	23
66	4	5	5	4	4	5	27
67	2	2	2	2	2	2	12
68	3	4	4	4	3	3	21
69	5	4	4	4	5	5	27
70	5	4	4	5	5	4	27
71	4	5	4	5	5	5	28
72	5	5	5	5	4	5	29
73	2	2	2	2	2	2	12
74	4	4	5	5	4	4	26
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	4	4	4	4	4	25
77	5	5	5	4	4	4	27
78	5	5	4	5	5	4	28
79	2	3	3	3	3	3	17
80	2	2	2	2	2	2	12
81	5	4	4	5	4	5	27
82	4	4	4	4	4	5	25
83	4	4	4	4	4	4	24
84	3	3	3	4	3	3	19
85	3	4	5	4	4	4	24
86	4	3	5	4	5	4	25
87	3	4	4	4	4	4	23
88	4	4	3	4	3	3	21
89	2	3	4	3	4	3	19
90	4	4	5	4	4	5	26
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	3	4	4	4	4	23
96	5	4	5	4	4	4	26
97	5	5	4	4	4	4	26
98	4	4	5	4	4	3	24
99	4	4	4	4	4	5	25
100	4	5	4	4	5	5	27

#### D. Jawaban Kuesioner Keamanan Dalam Bertransaksi (X4)

RESPONDEN	Keamanan Dalam Bertransaksi (X4)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	4	5	4	5	4	26
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	3	3	5	23
7	3	4	4	4	4	4	23
8	4	4	3	4	5	5	25
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	4	4	5	5	26
11	3	4	3	4	3	3	20
12	3	4	5	4	5	5	26
13	4	4	4	4	5	5	26
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	4	5	5	5	29
16	4	3	3	3	4	4	21
17	4	4	3	4	5	5	25
18	5	5	3	3	5	5	26
19	4	4	4	3	4	4	23
20	4	4	3	4	4	4	23
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	4	4	24
23	2	3	3	3	3	3	17
24	4	5	5	5	5	5	29
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	3	3	4	4	4	22
27	3	3	5	3	4	3	21
28	2	3	2	1	2	1	11
29	1	2	3	2	3	2	13
30	3	4	4	5	2	5	23
31	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	3	4	4	4	23
33	3	3	3	3	3	3	18
34	5	4	4	4	4	4	25
35	4	5	4	4	5	5	27
36	3	3	2	3	2	2	15

37	5	4	5	4	5	5	28
38	3	4	4	4	3	3	21
39	3	3	4	3	4	3	20
40	4	4	4	4	3	3	22
41	4	4	4	4	3	4	23
42	3	4	4	4	3	3	21
43	4	4	4	4	5	4	25
44	4	5	5	5	4	5	28
45	5	4	4	4	5	4	26
46	2	3	3	3	2	3	16
47	4	4	5	4	5	4	26
48	4	4	5	5	5	5	28
49	4	4	4	5	5	5	27
50	4	4	5	5	5	4	27
51	3	4	4	4	3	3	21
52	3	4	3	3	4	3	20
53	4	5	5	5	5	4	28
54	4	4	4	5	4	5	26
55	2	2	3	3	3	3	16
56	4	4	4	4	4	4	24
57	5	5	4	4	5	4	27
58	2	2	3	2	3	3	15
59	4	5	4	4	5	4	26
60	4	4	4	5	4	4	25
61	4	5	4	5	5	4	27
62	2	2	2	2	2	2	12
63	5	4	4	5	5	4	27
64	3	4	3	3	4	4	21
65	3	3	3	3	4	3	19
66	4	5	5	4	5	4	27
67	5	4	4	5	5	4	27
68	2	3	2	2	3	3	15
69	3	3	3	3	3	3	18
70	4	4	5	4	5	4	26
71	3	3	4	3	4	3	20
72	4	4	4	4	3	4	23
73	3	4	3	3	3	3	19
74	4	5	5	4	5	4	27
75	4	3	3	3	4	3	20
76	4	4	5	4	4	4	25



77	5	5	5	5	5	4	29
78	4	5	5	4	5	4	27
79	2	2	3	2	2	3	14
80	4	4	4	5	4	4	25
81	4	4	5	5	5	4	27
82	5	5	5	5	4	4	28
83	4	5	5	5	5	5	29
84	3	3	2	3	2	2	15
85	5	5	5	4	4	4	27
86	4	5	3	4	4	5	25
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	3	23
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	3	5	4	4	5	25
91	4	4	4	4	4	4	24
92	5	5	4	5	4	4	27
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	5	4	4	25
96	4	4	4	5	4	5	26
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	5	4	3	4	4	25
100	4	4	4	4	4	5	25

### E. Jawaban Kuesioner Keputusan Pembelian Online (Y)

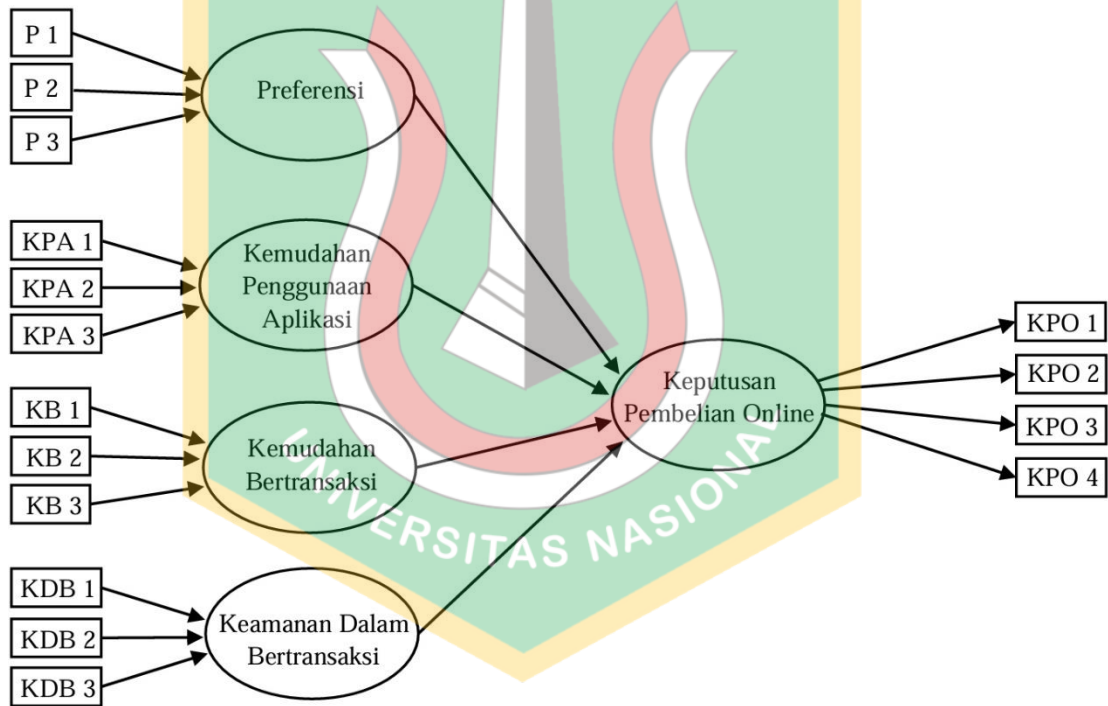
Responden	Keputusan Pembelian Online (Y)								Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	4	4	5	5	5	5	37
2	4	4	4	3	4	2	4	3	28
3	5	4	5	5	3	5	5	5	37
4	3	5	5	5	5	4	5	5	37
5	4	5	4	5	4	5	4	5	36
6	4	5	3	4	4	5	4	3	32
7	3	4	3	5	4	3	4	5	31
8	2	3	4	4	5	4	4	4	30
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	3	5	4	5	5	4	3	4	33

11	3	4	3	5	4	3	4	4	30
12	4	3	4	5	5	4	4	5	34
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	4	5	39
15	3	3	5	5	5	4	4	3	32
16	3	4	4	4	4	4	4	4	31
17	3	4	5	5	2	3	4	4	30
18	2	1	3	4	4	3	3	3	23
19	2	3	4	5	4	3	4	4	29
20	5	5	4	4	4	4	5	5	36
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	5	5	5	5	5	37
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	3	2	3	5	5	3	4	4	29
27	4	3	5	5	4	3	4	4	32
28	1	1	2	2	1	1	2	3	13
29	2	1	1	1	1	3	1	3	13
30	3	3	4	4	4	4	4	3	29
31	4	4	5	5	3	5	5	5	36
32	4	4	3	5	5	4	4	4	33
33	3	3	4	4	4	3	3	3	27
34	5	4	5	4	4	4	4	5	35
35	5	4	5	5	5	5	5	5	39
36	2	2	2	2	2	2	2	2	16
37	5	5	5	5	5	5	4	5	39
38	3	3	3	3	4	3	3	3	25
39	4	3	3	4	3	4	4	3	28
40	4	3	3	4	4	3	3	4	28
41	4	4	3	4	4	3	3	3	28
42	3	4	3	3	3	3	3	4	26
43	4	5	5	4	4	4	4	4	34
44	5	5	4	5	5	4	5	5	38
45	5	4	4	4	5	4	5	4	35
46	2	2	2	3	2	2	2	2	17
47	4	5	4	4	4	5	5	4	35
48	4	5	5	5	4	5	5	5	38
49	5	4	4	5	5	5	4	5	37
50	5	5	5	5	5	4	5	5	39

51	3	3	4	3	4	4	3	4	28
52	4	3	4	3	3	4	4	4	29
53	4	5	4	4	5	4	4	4	34
54	4	5	5	5	5	5	4	5	38
55	2	3	3	3	2	2	3	3	21
56	5	5	4	4	5	4	4	4	35
57	4	4	4	5	5	4	5	4	35
58	3	3	3	3	2	2	2	2	20
59	5	5	5	5	5	4	5	4	38
60	4	5	5	4	4	4	5	4	35
61	4	5	5	5	4	4	5	4	36
62	3	3	3	4	4	3	4	4	28
63	4	4	5	5	4	5	5	4	36
64	3	3	4	3	4	3	3	3	26
65	4	3	4	4	4	3	4	3	29
66	5	4	5	4	5	4	4	4	35
67	4	4	5	5	4	5	4	4	35
68	2	2	2	2	2	2	2	2	16
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	5	4	4	5	4	5	5	36
71	5	4	5	5	5	5	4	5	38
72	5	4	4	5	4	5	5	4	36
73	4	3	4	4	3	4	3	4	29
74	5	4	4	4	4	5	4	5	35
75	3	4	4	4	3	4	4	3	29
76	5	5	5	5	5	5	5	4	39
77	4	5	5	5	4	5	4	5	37
78	4	5	5	4	4	5	5	4	36
79	2	2	2	2	2	2	2	2	16
80	5	4	5	4	4	5	4	4	35
81	5	5	5	5	5	4	5	5	39
82	5	4	5	4	4	5	4	4	35
83	5	4	5	5	4	5	5	5	38
84	3	2	3	3	3	2	3	2	21
85	4	3	4	5	4	4	4	3	31
86	4	4	4	5	4	5	4	3	33
87	2	3	4	3	4	4	4	5	29
88	4	4	5	5	5	5	4	5	37
89	5	5	5	5	3	4	4	4	35
90	3	4	3	5	4	4	4	4	31

91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	3	4	5	3	4	4	4	32
94	4	3	4	4	5	4	4	4	32
95	4	4	4	4	4	3	5	4	32
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	4	4	4	4	4	4	4	5	33
99	4	4	4	4	4	4	4	5	33
100	5	5	5	5	5	3	5	5	38

**LAMPIRAN III**  
**GAMBAR MODEL**



**LAMPIRAN IV**  
**OUTPUT HASIL OLAH DATA WARP PLS 8.0**

**Hasil Output Convergent Validity**

	PREF(X1)	KPA(X2)	KB(X3)	KDB(X4)	KPO(Y)	Type (as defined)	SE	P value
X1.1	(0.767)	0.313	-0.145	-0.089	-0.142	Reflective	0.081	<0.001
X1.2	(0.824)	0.110	0.019	0.152	-0.222	Reflective	0.080	<0.001
X1.3	(0.810)	-0.511	0.098	0.140	0.086	Reflective	0.080	<0.001
X1.4	(0.830)	0.054	0.016	0.076	-0.139	Reflective	0.080	<0.001
X1.5	(0.838)	0.081	-0.013	-0.094	0.337	Reflective	0.080	<0.001
X1.6	(0.840)	-0.035	0.016	-0.184	0.066	Reflective	0.080	<0.001
X2.1	-0.074	(0.854)	-0.111	0.176	-0.108	Reflective	0.079	<0.001
X2.2	-0.050	(0.826)	0.030	0.010	-0.122	Reflective	0.080	<0.001
X2.3	0.135	(0.830)	0.136	0.048	-0.018	Reflective	0.080	<0.001
X2.4	0.094	(0.850)	0.151	-0.071	-0.175	Reflective	0.079	<0.001
X2.5	-0.132	(0.850)	-0.113	-0.018	0.224	Reflective	0.079	<0.001
X2.6	0.029	(0.843)	-0.090	-0.145	0.197	Reflective	0.080	<0.001
X3.1	-0.034	-0.015	(0.868)	-0.118	0.205	Reflective	0.079	<0.001
X3.2	0.119	0.037	(0.853)	-0.127	0.046	Reflective	0.079	<0.001
X3.3	-0.028	-0.053	(0.852)	0.168	-0.133	Reflective	0.079	<0.001
X3.4	-0.041	0.220	(0.855)	0.029	-0.188	Reflective	0.079	<0.001
X3.5	0.039	-0.074	(0.871)	0.052	-0.082	Reflective	0.079	<0.001
X3.6	-0.055	-0.113	(0.857)	-0.004	0.149	Reflective	0.079	<0.001
X4.1	-0.037	-0.028	0.116	(0.878)	-0.099	Reflective	0.079	<0.001
X4.2	0.167	-0.046	-0.006	(0.866)	-0.280	Reflective	0.079	<0.001
X4.3	-0.045	0.129	-0.133	(0.814)	0.206	Reflective	0.080	<0.001
X4.4	-0.220	0.049	-0.142	(0.870)	0.245	Reflective	0.079	<0.001
X4.5	0.078	0.048	0.087	(0.846)	0.002	Reflective	0.079	<0.001
X4.6	0.059	-0.146	0.072	(0.849)	-0.063	Reflective	0.079	<0.001
Y.1	-0.127	-0.041	-0.147	-0.070	(0.824)	Reflective	0.080	<0.001
Y.2	0.129	-0.157	0.056	-0.099	(0.845)	Reflective	0.079	<0.001
Y.3	0.152	0.040	-0.135	0.121	(0.860)	Reflective	0.079	<0.001
Y.4	-0.078	-0.003	0.028	0.074	(0.832)	Reflective	0.080	<0.001
Y.5	-0.110	0.056	0.144	0.056	(0.788)	Reflective	0.081	<0.001
Y.6	-0.134	0.119	-0.156	0.122	(0.839)	Reflective	0.080	<0.001
Y.7	0.068	-0.105	0.216	-0.048	(0.890)	Reflective	0.079	<0.001
Y.8	0.083	0.101	-0.010	-0.155	(0.823)	Reflective	0.080	<0.001

### Hasil Output Latent Variable coefficients

	PREF(X1)	KPA(X2)	KB(X3)	KDB(X4)	KPO(Y)
R-squared					0.775
Adj. R-squared					0.766
Composite reliab.	0.924	0.936	0.944	0.942	0.950
Cronbach's alpha	0.901	0.918	0.929	0.926	0.939
Avg. var. extrac.	0.670	0.709	0.738	0.730	0.703
Full collin. VIF	2.979	3.066	2.201	2.997	4.107
Q-squared					0.777
(No. diff. vals.)	78.000	76.000	67.000	65.000	85.000
(No. diff. vals./N)	0.780	0.760	0.670	0.650	0.850
Min	-2.492	-2.685	-3.479	-2.870	-3.092
Max	1.303	1.349	1.290	1.394	1.245
Median	0.180	0.220	0.191	0.255	0.129
Mode	1.303	1.349	-0.016	0.039	1.245
Skewness	-0.869	-0.847	-1.240	-0.899	-1.251
Exc. kurtosis	0.110	0.247	1.532	0.330	1.362
Unimodal-RS	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Unimodal-KMV	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Normal-JB	No	No	No	No	No
Normal-RJB	No	No	No	No	No
Histogram	View	View	View	View	View

### Hasil Output Uji Kecocokan Model

#### Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.250, P=0.002

Average R-squared (ARS)=0.775, P<0.001

Average adjusted R-squared (AARS)=0.766, P<0.001

Average block VIF (AVIF)=2.536, acceptable if  $\leq 5$ , ideally  $\leq 3.3$

Average full collinearity VIF (AFVIF)=3.070, acceptable if  $\leq 5$ , ideally  $\leq 3.3$

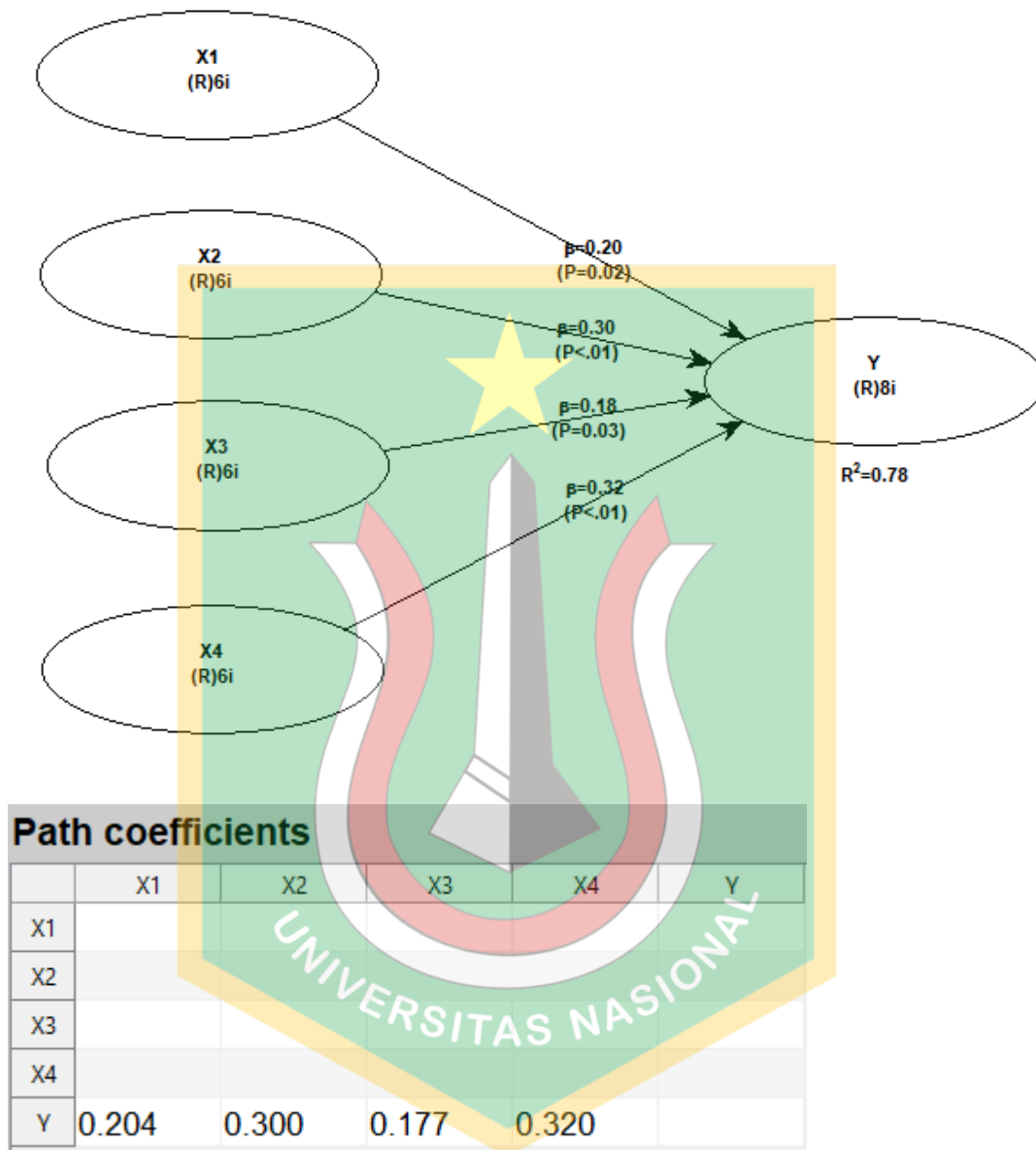
Tenenhaus GoF (GoF)=0.742, small  $\geq 0.1$ , medium  $\geq 0.25$ , large  $\geq 0.36$

Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if  $\geq 0.7$ , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if  $\geq 0.9$ , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if  $\geq 0.7$

### Hasil Uji Hipotesis



P values					
	X1	X2	X3	X4	Y
X1					
X2					
X3					
X4					
Y	0.017	<0.001	0.033	<0.001	

**Effect sizes for path coefficients**

	X1	X2	X3	X4	Y
X1					
X2					
X3					
X4					
Y	0.157	0.238	0.127	0.254	

**Correlations among I.vs. with sq. rts. of AVEs**

	PREF(X1)	KPA(X2)	KB(X3)	KDB(X4)	KPO(Y)
PREF(X1)	(0.819)	0.741	0.641	0.715	0.771
KPA(X2)	0.741	(0.842)	0.635	0.723	0.779
KB(X3)	0.641	0.635	(0.859)	0.658	0.709
KDB(X4)	0.715	0.723	0.658	(0.854)	0.779
KPO(Y)	0.771	0.779	0.709	0.779	(0.838)

**P values for correlations**

	PREF(X1)	KPA(X2)	KB(X3)	KDB(X4)	KPO(Y)
PREF(X1)	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
KPA(X2)	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001
KB(X3)	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001
KDB(X4)	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001
KPO(Y)	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000





# UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sawo Manilla No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

## KONSULTASI BIMBINGAN

**Npm** : 193402516110  
**Nama** : Satria Rizki Imamal Wiryawan  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran

### KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
22 May, 2024	pembahasan bab 1, penambahan variabel $x$ = keamanan dalam bertransaksi.	Sudah Ditanggapi
2 June, 2024	bab 1 - bab 2 dan penulisan	Sudah Ditanggapi
3 June, 2024	pembahasan bab 1 sampai 3, serta penambahan variable pada $y$ = keputusan pembelian menjadi keputusan pembelian online	Sudah Ditanggapi
4 June, 2024	memperbaiki pembahasan pada bab 1, penulisan serta memperbaiki revisi sebelumnya.	Sudah Ditanggapi

### KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
19 August, 2024	revisi semprom bab 1 - 3	Sudah Ditanggapi
19 August, 2024	bab 4	Sudah Ditanggapi
19 August, 2024	bab 5	Sudah Ditanggapi
19 August, 2024	bab 5 & lampiran	Sudah Ditanggapi



Similarity Report ID: oid:3618:64889544

PAPER NAME

**SATRIA RIZKI IMAMAL WIRYAWAN - TA**

AUTHOR

**SATRIA RIZKI IMAMAL WIRYAWAN**

WORD COUNT

**19879 Words**

CHARACTER COUNT

**143961 Characters**

PAGE COUNT

**99 Pages**

FILE SIZE

**1.3MB**

SUBMISSION DATE

**Aug 20, 2024 10:35 PM GMT+7**

REPORT DATE

**Aug 20, 2024 10:37 PM GMT+7**

● **12% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 8% Internet database
- Crossref database
- 11% Submitted Works database
- 4% Publications database
- Crossref Posted Content database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Cited material

