

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. Dalam Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman, Vol 12 (1), Hal: 203-210. [17 Januari 2022]
- Adhani, R.Y. S. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Shopee. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Tidak diterbitkan.
- Agustina, S. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB PRESS).
- Alma, B. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. Buletin APJII Edisi 74 Nov 2020. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. Laporan Survei Internet APJII 2019- 2020 Q2. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Effendi, U. 2021. Asas Manajemen. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hartati, S. 2020. Pengaruh Persepsi Risiko, Review Konsumen dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Shopee. Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi STEI Jakarta. Tidak diterbitkan.
- Hartini, Et al. 2021. Pengantar Manajemen. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Haryani, D. S. 2019. Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjung Pinang. Jurnal Dimensi Universitas Riau Kepulauan. Vol 8 (1) Hal:54-70. [14 Januari 2022].
- Hasibuan, M. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Iswara, D. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak diterbitkan.
- Kementrian Komunikasi dan Informatika. 2020. Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Jasa Internet di Indonesia bagian penting dari Transformasi Digital. Jakarta: Kementrian Komunikasi dan Informatika. [11 Februari 2022]

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 1: Kuesioner

KUESIONER

Kepada SYang Terhormat,

Perkenalkan nama saya Nina Elisa Dewi Ariyanti, mahasiswi Universitas Nasional, Falkutas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Whitelab* Secara Online Di Aplikasi Lazada**".

Dengan ini saya memohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban yang sesuai. Kuesioner berhubungan dengan keputusan pembelian anda sebagai konsumen pada produk *Whitelab*. Saya akan menjaga kerahasiaan data yang bapak/ibu/saudara/i berikan. Terimakasih atas bantuan bapak/ibu/saudara/i berikan. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar atau salah, namun jawaban yang terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda. Terima kasih atas bantuan dan kesediaan waktunya.

Hormat Saya,

Nina Elisa Dewi Ariyanti

Bagian 1: Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah identitas Saudara/i dengan lengkap
2. Silahkan Saudara/i membaca dan memahami setiap butir pernyataan dalam kuesioner ini. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan mengisi kolom pernyataan yang tersedia sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3. Saudara/i diharapkan untuk mengisi semua butir pernyataan yang telah disediakan dalam kuesioner ini.

Bagian 2: Identitas Responden

1. Usia : a. 16-20 Tahun
b. 21-30 Tahun
c. 31-40 Tahun
d. >40 Tahun
2. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki
b. Perempuan
3. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa
b. Karyawan
c. Wiraswasta
d. Lain-Lain
4. Pernah Melakukan Pembelian Produk *Whitelab* : a. Pernah
b. Tidak Pernah



Bagian 3 : Lembar Kuesioner

Pernyataan

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Pengaruh Kepercayaan (X1)	Kecakapan (<i>Ability</i>) Kebaikan Hati (<i>Benevolence</i>) Integritas (<i>Integrity</i>)	Penjual <i>Online</i> di <i>Official Shop Whitelab</i> dapat dipercaya. Penjual <i>Online</i> di <i>Official Shop Whitelab</i> ini menyediakan informasi yang dapat dipercaya. Penjual <i>Online</i> di <i>Official Shop Whitelab</i> ini menepati janji dan komitmennya. Penjual <i>Online</i> di <i>Official Shop Whitelab</i> ini memenuhi ekspektasi saya.
Kemudahan (X2)	Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>) Mudah dipelajari (<i>Easy to learn</i>) Jelas dan dimengerti (<i>Clear and understandable</i>) Dapat dikendalikan (<i>Controllable</i>) Mudah menjadi terampil (<i>Easy to become skillful</i>) Fleksibel (<i>Flexible</i>)	Saya merasa aplikasi Lazada Mudah di akses kapanpun. Proses pemesanan produk <i>Whitelab</i> secara <i>Online</i> pada aplikasi Lazada mudah dipelajari. Proses melakukan transaksi pembelian produk <i>Whitelab</i> pada aplikasi Lazada mudah dilakukan. Saya merasa prosedur pemesanan produk pada aplikasi Lazada mudah dimengerti.

<p>Persepsi Harga (X3)</p>	<p>Keterjangkauan harga Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan</p>	<p>Harga produk <i>Whitelab</i> sangat terjangkau bagi konsumen. Harga yang diberikan perusahaan lebih murah dibandingkan produk sejenis lainnya. Harga yang ditentukan <i>Whitelab</i> sesuai dengan kualitas produk. Priode harga terkait promosi yang dilakukan <i>Whitelab</i> memberikan dampak positif.</p>
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Pemilihan produk Pemilihan merek Pemilihan tempat Waktu pembelian Jumlah Pembelian Metode pembayaran</p>	<p>Saya membeli produk <i>Whitelab</i> karena memiliki kualitas yang baik. Saya membeli produk <i>Whitelab</i> karena memiliki merek dengan daya Tarik yang baik. Saya membeli produk <i>Whitelab</i> atas rekomendasi dari wiraniaga. Saya membeli produk <i>Whitelab</i> kapanpun saya mau. Saya membeli banyak produk <i>Whitelab</i> karena ada diskon untuk jumlah pembelian tertentu.</p>

Lampiran 2 Tabel Tabulasi

1. Variabel Pengaruh Kepercayaan

No	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	Pengaruh Kepercayaan
1.	4	4	4	4	16
2.	5	5	5	5	20
3.	4	5	3	4	16
4.	5	5	5	5	20
5.	5	5	5	5	20
6.	5	5	5	5	20
7.	4	4	4	5	17
8.	4	4	4	4	16
9.	3	3	4	4	14
10.	5	5	5	5	20
11.	5	4	5	4	18
12.	4	4	4	4	16
13.	5	5	5	5	20
14.	5	5	5	5	20
15.	4	4	5	4	17
16.	5	5	5	5	20
17.	4	5	4	5	18
18.	4	3	4	3	14
19.	4	5	4	4	17
20.	4	4	5	4	17
21.	5	4	5	5	19
22.	4	5	5	3	17
23.	4	4	4	5	17
24.	4	4	4	5	17
25.	5	5	4	4	18
26.	4	5	5	5	19

27.	5	5	4	5	19
28.	4	3	4	3	14
29.	5	5	5	5	20
30.	3	2	4	4	13
31.	5	5	4	5	19
32.	4	5	5	5	19
33.	5	5	5	4	19
34.	4	4	5	4	17
35.	4	5	4	5	18
36.	5	3	4	3	15
37.	4	3	4	4	15
38.	5	5	5	5	20
39.	5	5	5	4	19
40.	3	5	4	3	15
41.	4	4	4	4	16
42.	4	4	4	4	16
43.	4	4	4	4	16
44.	5	3	5	5	18
45.	4	4	4	4	16
46.	5	3	4	4	16
47.	5	5	5	5	20
48.	5	5	4	5	19
49.	4	3	5	5	17
50.	5	4	5	4	18
51.	5	4	5	5	19
52.	5	5	5	5	20
53.	3	3	3	4	13
54.	3	3	3	3	12
55.	5	5	5	5	20
56.	4	2	5	4	15
57.	3	3	3	3	12

58.	3	2	2	2	9
59.	4	4	5	5	18
60.	4	3	4	4	15
61.	3	4	4	4	15
62.	5	5	5	5	20
63.	5	5	5	5	20
64.	5	3	4	4	16
65.	4	3	5	5	17
66.	5	5	4	4	18
67.	5	5	5	5	20
68.	4	4	3	3	14
69.	4	4	4	4	16
70.	5	5	4	5	19
71.	4	3	5	4	16
72.	4	2	3	3	12
73.	5	5	5	5	20
74.	4	4	4	5	17
75.	5	5	3	4	17
76.	5	4	5	5	19
77.	4	3	4	5	16
78.	4	3	4	4	15
79.	4	5	4	4	17
80.	4	4	5	4	17
81.	5	4	5	5	19
82.	4	3	4	4	15
83.	4	4	4	4	16
84.	4	5	3	4	16
85.	3	4	2	4	13
86.	5	5	4	5	19
87.	5	4	5	5	19
88.	5	5	5	5	20

89.	5	3	3	4	15
90.	4	4	4	5	17
91.	3	4	4	5	16
92.	4	5	5	4	18
93.	4	4	4	4	16
94.	4	3	3	4	14
95.	4	5	4	4	17
96.	4	3	4	5	16
97.	4	3	5	5	17
98.	5	4	3	4	16
99.	4	3	4	3	14
100.	4	4	4	4	16

2. Variabel Kemudahan (X2)

No	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Kemudahan
1.	3	4	5	4	16
2.	4	5	5	5	19
3.	3	5	5	5	18
4.	4	4	4	4	16
5.	4	5	5	5	19
6.	4	5	5	5	19
7.	4	4	5	3	16
8.	3	5	3	4	15
9.	2	4	4	3	13
10.	4	4	5	5	18
11.	5	4	5	5	19
12.	4	4	4	4	16
13.	3	5	4	4	16
14.	5	4	4	4	17
15.	3	4	4	3	14
16.	5	5	5	5	20
17.	5	4	4	5	18

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

49.	4	4	4	3	15
50.	5	4	4	5	18
51.	4	5	4	5	18
52.	5	5	5	5	20
53.	4	3	4	4	15
54.	3	3	3	3	12
55.	5	5	5	5	20
56.	5	4	5	5	19
57.	3	3	3	3	12
58.	1	2	2	3	8
59.	5	5	5	4	19
60.	3	4	4	4	15
61.	4	5	5	5	19
62.	5	5	5	5	20
63.	5	5	5	5	20
64.	3	3	3	3	12
65.	5	5	5	4	19
66.	5	4	4	5	18
67.	5	5	5	5	20
68.	5	4	4	4	17
69.	5	3	4	5	17
70.	5	4	5	4	18
71.	4	5	4	5	18
72.	3	3	3	2	11
73.	5	5	5	5	20
74.	3	5	3	3	14
75.	3	3	3	3	12
76.	4	4	4	4	16
77.	4	4	4	4	16
78.	3	4	4	4	15
79.	4	4	4	5	17

80.	4	4	4	4	16
81.	4	5	5	4	18
82.	3	4	4	4	15
83.	4	4	4	4	16
84.	4	3	3	5	15
85.	4	4	3	2	13
86.	5	4	5	5	19
87.	5	5	3	5	18
88.	5	5	5	5	20
89.	4	5	5	4	18
90.	4	4	4	3	15
91.	4	3	4	4	15
92.	4	4	5	5	18
93.	4	4	5	4	17
94.	3	5	5	4	17
95.	3	4	4	4	15
96.	4	4	5	4	17
97.	4	4	4	5	17
98.	4	4	4	3	15
99.	3	3	4	2	12
100.	4	4	4	4	16

3. Variabel Persepsi Harga (X3)

No	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	Persepsi Harga
1.	4	3	5	4	16
2.	5	4	5	5	19
3.	5	3	4	5	17
4.	5	1	5	5	16
5.	5	3	4	4	16
6.	5	4	5	5	19
7.	4	3	4	4	15
8.	5	3	5	4	17

9.	4	3	4	4	15
10.	5	4	5	5	19
11.	5	5	4	5	19
12.	4	4	4	4	16
13.	3	4	5	5	17
14.	5	5	5	5	20
15.	4	4	4	4	16
16.	5	5	5	5	20
17.	5	5	4	5	19
18.	4	5	3	5	17
19.	4	4	4	4	16
20.	4	4	4	5	17
21.	5	4	5	5	19
22.	5	5	5	4	19
23.	5	4	5	4	18
24.	5	4	5	4	18
25.	5	5	4	4	18
26.	4	5	4	5	18
27.	4	5	5	4	18
28.	4	4	4	4	16
29.	4	4	4	4	16
30.	4	3	4	3	14
31.	4	5	4	5	18
32.	4	3	3	4	14
33.	4	4	4	4	16
34.	4	4	4	4	16
35.	4	5	4	4	17
36.	3	3	3	3	12
37.	4	3	4	4	15
38.	5	5	5	5	20
39.	4	4	4	5	17

40.	4	5	3	4	16
41.	4	4	4	4	16
42.	4	3	4	4	15
43.	4	4	4	5	17
44.	5	5	4	4	18
45.	4	4	4	4	16
46.	5	5	5	4	19
47.	5	5	5	5	20
48.	4	4	5	4	17
49.	4	3	4	4	15
50.	5	5	4	4	18
51.	5	4	5	4	18
52.	5	5	5	5	20
53.	3	3	4	4	14
54.	3	3	3	3	12
55.	5	5	5	5	20
56.	4	5	4	4	17
57.	3	3	3	3	12
58.	3	3	3	2	11
59.	5	5	5	5	20
60.	5	3	3	3	14
61.	4	5	4	5	18
62.	5	4	5	5	19
63.	5	5	5	5	20
64.	4	3	3	4	14
65.	5	4	4	5	18
66.	4	4	5	4	17
67.	5	5	5	5	20
68.	4	3	4	3	14
69.	4	4	4	4	16
70.	5	4	5	4	18

71.	5	4	5	5	19
72.	4	4	4	4	16
73.	5	5	5	5	20
74.	4	5	5	3	17
75.	3	3	3	3	12
76.	5	4	5	5	19
77.	4	4	5	4	17
78.	4	4	5	4	17
79.	5	4	5	4	18
80.	4	4	4	4	16
81.	4	4	4	5	17
82.	5	3	4	4	16
83.	4	4	4	4	16
84.	4	4	4	5	17
85.	3	3	4	4	14
86.	4	4	5	5	18
87.	5	5	3	5	18
88.	5	5	5	4	19
89.	4	4	5	5	18
90.	4	4	4	4	16
91.	4	4	4	4	16
92.	5	5	4	5	19
93.	4	5	5	4	18
94.	5	4	5	5	19
95.	5	4	3	4	16
96.	5	3	4	4	16
97.	5	4	4	4	17
98.	3	4	4	3	14
99.	3	3	3	4	13
100.	4	4	4	4	16

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	y1	y2	y3	y4	y5	Keputusan Pembelian
1.	4	4	4	4	4	20
2.	5	5	5	5	5	25
3.	4	5	5	4	4	22
4.	4	5	5	5	4	23
5.	5	4	4	4	5	22
6.	5	5	5	5	5	25
7.	5	5	4	4	5	23
8.	5	5	3	5	5	23
9.	4	4	4	4	4	20
10.	5	5	5	4	5	24
11.	4	5	5	4	4	22
12.	4	4	4	4	4	20
13.	5	4	4	3	5	21
14.	5	4	4	5	5	23
15.	4	3	4	2	4	17
16.	5	5	5	5	5	25
17.	5	4	4	5	5	23
18.	5	3	5	5	5	23
19.	5	4	4	5	5	23
20.	4	4	4	5	4	21
21.	4	4	4	4	4	20
22.	4	5	5	5	4	23
23.	5	5	4	5	5	24
24.	4	3	4	5	4	20
25.	5	5	4	4	5	23
26.	3	4	5	5	3	20
27.	5	4	4	5	5	23

28.	4	4	3	4	4	19
29.	5	5	5	5	5	25
30.	4	3	3	3	4	17
31.	5	5	4	4	5	23
32.	5	3	3	4	5	20
33.	4	4	5	4	4	21
34.	5	5	5	4	5	24
35.	4	5	5	5	4	23
36.	3	3	3	4	3	16
37.	4	4	3	4	4	19
38.	5	5	5	5	5	25
39.	4	5	5	4	4	22
40.	4	5	5	4	4	22
41.	4	4	4	4	4	20
42.	5	4	4	5	5	23
43.	5	5	4	4	5	23
44.	4	4	3	5	4	20
45.	4	4	4	4	4	20
46.	5	5	4	4	5	23
47.	5	5	5	5	5	25
48.	4	5	4	4	4	21
49.	4	3	5	4	4	20
50.	4	4	4	5	4	21
51.	4	5	5	4	4	22
52.	5	5	5	5	5	25
53.	4	3	3	3	4	17
54.	3	3	3	3	3	15
55.	5	5	5	5	5	25
56.	5	4	5	4	5	23
57.	3	3	3	3	3	15
58.	1	1	4	4	1	11

59.	4	5	3	4	4	20
60.	4	3	4	4	4	19
61.	4	4	5	4	4	21
62.	4	5	5	4	4	22
63.	5	5	5	5	5	25
64.	4	3	2	3	4	16
65.	5	5	3	4	5	22
66.	4	4	2	4	4	18
67.	5	5	5	5	5	25
68.	3	4	5	5	3	20
69.	3	4	4	5	3	19
70.	5	4	5	5	5	24
71.	5	5	3	5	5	23
72.	4	3	2	3	4	16
73.	5	5	5	5	5	25
74.	5	4	2	4	5	20
75.	4	3	3	4	4	18
76.	5	5	4	4	5	23
77.	4	4	3	5	4	20
78.	4	4	3	4	4	19
79.	4	4	4	5	4	21
80.	5	5	5	5	5	25
81.	5	5	4	4	5	23
82.	3	5	4	3	3	18
83.	5	5	5	5	5	25
84.	4	4	4	4	4	20
85.	3	4	4	4	3	18
86.	4	5	5	5	4	23
87.	3	5	3	4	3	18
88.	5	5	5	5	5	25
89.	5	4	3	5	5	22

90.	4	4	4	4	4	20
91.	3	4	4	4	3	18
92.	4	4	5	4	4	21
93.	5	4	4	5	5	23
94.	5	5	4	5	5	24
95.	5	4	5	4	5	23
96.	4	4	4	5	4	21
97.	4	4	4	4	4	20
98.	4	3	4	3	4	18
99.	4	3	4	3	4	18
100.	4	4	4	4	4	20



Lampiran 3 Tabel Output SPSS

Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Pengaruh Kepercayaan (X1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4
x1.1	Pearson Correlation	1	.478**	.501**	.488**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.478**	1	.348**	.457**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.501**	.348**	1	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.488**	.457**	.553**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
Pengaruh Kepercayaan	Pearson Correlation	.774**	.771**	.763**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.770	4

2. Kemudahan (X2)

		Correlations				
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Kemudahan
x2.1	Pearson Correlation	1	.387**	.433**	.582**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.387**	1	.499**	.455**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.433**	.499**	1	.480**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.582**	.455**	.480**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemudaha n	Pearson Correlation	.794**	.731**	.762**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.781	4

3. Persepsi Harga (X3)

		Correlations				
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	Persepsi Harga
x3.1	Pearson Correlation	1	.350**	.491**	.502**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	.350**	1	.304**	.407**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	.491**	.304**	1	.435**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.4	Pearson Correlation	.502**	.407**	.435**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.766**	.721**	.733**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.731	4

4. Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	Keputusan Pembelian
y1	Pearson Correlation	1	.509**	.198*	.348**	1.000**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.048	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.509**	1	.424**	.416**	.509**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.198*	.424**	1	.390**	.198*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.048	.000		.000	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	.348**	.416**	.390**	1	.348**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	1.000**	.509**	.198*	.348**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.048	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.815**	.781**	.621**	.664**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	5

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69842705
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.057
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.178 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a	
		B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t
1	(Constant)	3.065	1.484		2.066
	Pengaruh Kepercayaan	.302	.109	.250	2.787
	Kemudahan	.409	.127	.351	3.214
	Persepsi Harga	.367	.146	.274	2.520

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.175	.952		2.285	.025		
	Pengaruh Kepercayaan	.009	.070	.019	.132	.895	.482	2.074
	Kemudahan	-.014	.082	-.032	-.178	.859	.326	3.071
	Persepsi Harga	-.047	.093	-.090	-.506	.614	.327	3.056

a. Dependent Variable: ABS_Res

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.628	.616	1.725

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 5

Analisis Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.065	1.484		2.066	.042		
	Pengaruh Kepercayaan	.302	.109	.250	2.787	.006	.482	2.074
	Kemudahan	.409	.127	.351	3.214	.002	.326	3.071
	Persepsi Harga	.367	.146	.274	2.520	.013	.327	3.056

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 6

Uji Kelayakan Model

1. Uji F (Uji Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	481.579	3	160.526	53.962	.000 ^b
	Residual	285.581	96	2.975		
	Total	767.160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.628	.616	1.725

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.065	1.484		2.066	.042		
	Pengaruh Kepercayaan	.302	.109	.250	2.787	.006	.482	2.074
	Kemudahan	.409	.127	.351	3.214	.002	.326	3.071
	Persepsi Harga	.367	.146	.274	2.520	.013	.327	3.056

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

NINA ELISA DEWI ARIYANTI - TA

ORIGINALITY REPORT

24%	15%	8%	26%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	14%
2	pasca-umi.ac.id Internet Source	4%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to Tabor College Student Paper	2%
5	eprintslib.ummgl.ac.id Internet Source	1%
6	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%

