

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN
MANDAILING NATAL)**

SKRIPSI

**OLEH:
FERY HALOMOAN
188320105**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/8/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/8/22

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN
MANDAILING NATAL)**

SKRIPSI

**OLEH:
FERY HALOMOAN
188320105**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/8/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/8/22

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN
MANDAILING NATAL)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelara Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area**

OLEH

FERY HALOMOAN

188320105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/8/22

Access From (repository.uma.ac.id)24/8/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)

Nama : FERY HALOMOAN

NPM : 18.832.0105

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Eka Dewi Setia Tarigan, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan



(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 5 Agustus 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dan berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)”

Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulisan saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks yang penulisan skripsi untuk program S-1. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 5 Agustus 2022

Yang Membuat Pernyataan



FERY HALOMOAN

NPM : 188320105

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FERY HALOMOAN
Npm : 188320105
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)”** dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal: 5 Agustus 2022

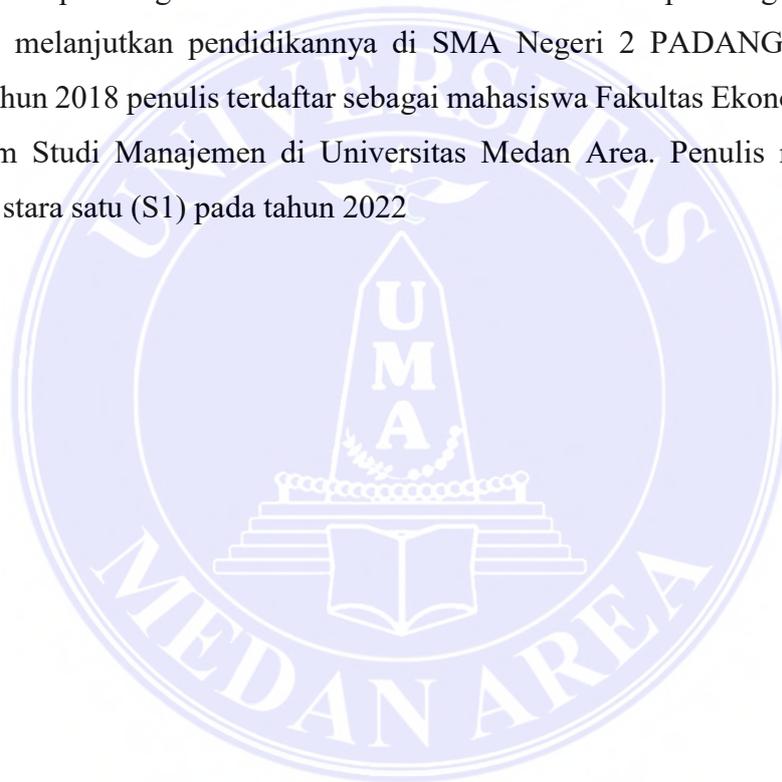


FERY HALOMOAN

NPM : 188320105

RIWAYAT HIDUP

Penulis di lahirkan di Simpanggambir pada tanggal 01 Januari 2000 dari ayah Mauli Halomoan Nasution dan ibu Nurainun. Penulis merupakan anak ke dua dari empat bersaudara. penulis memulai pendidikan pertama di taman kanak-kanak Simpanggambir 2005 dan menyelesaikan pendidikan tersebut pada tahun 2006. kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat sekolah dasar di SD Negeri 285 Simpanggambir pada tahun 2006 sampai dengan 2012. pada tingkat sekolah menengah pertama, penulis melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 1 LINGGA BAYU sampai dengan tahun 2015. Pada Tahun 2015 sampai dengan tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikannya di SMA Negeri 2 PADANGSIDIMPUAN. Pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Medan Area. Penulis menyelesaikan Kuliah starsa satu (S1) pada tahun 2022



PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN MANDAILING NATAL)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal). Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan Angket (Kusioner). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 200 Responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* (v.3.2.8). Analisis yang di gunakan adalah Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Model Pengukuran (*Outer Model*), Model Struktural (*Inner Model*), Analisis Korelasi Determinasi (R^2). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen (Minat Beli Ulang) dipengaruhi oleh variabel independen (Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan) sebesar 85,6%. Dan sisanya 14,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Sehingga secara bersama sama (simultan) semua variabel independen (Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Kepercayaan) berpengaruh positif terhadap variabel dependen (Minat Beli Ulang).

Kata kunci : Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan dan Minat Beli Ulang

***THE INFLUENCE OF EASE OF USE AND SECURITY ON
REPURCHASING INTEREST WITH TRUST AS
INTERVENING VARIABLES (STUDY ON
SHOPEE APPLICATION USERS IN
MANDAILING NATAL DISTRICT)***

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of ease of use and security on repurchase intention with trust as an intervening variable (study of shopee application users in Mandailing Natal district). The research method used is quantitative research, where the variables are measured using a Likert scale. The method of data collection is done with a questionnaire (questionnaire). The population in this study is the Shopee application user community in Mandailing Natal Regency. The sample in this study amounted to 200 respondents. Data processing using SmartPLS software (v.3.2.8). The analysis used is Descriptive Analysis, Validity Test, Reliability Test, Measurement Model (Outer Model), Structural Model (Inner Model), Determination Correlation Analysis (R^2). So it can be concluded that the dependent variable (Repurchase Interest) is influenced by the independent variable (Ease of Use, Security and Trust) of 85.6%. And the remaining 14.4% were influenced by other factors that were not included in this study. So that simultaneously (simultaneously) all independent variables (Ease of Use, Security and Trust) have a positive effect on the dependent variable (Repurchase Interest).

Keywords: Ease of Use, Security, Trust and Repurchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada tuhan yang maha esa yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kemudahan Pengguna dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)”**. Adapun penyusunan skripsi, penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya atas keterbatasan waktu dan pengetahuan sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya karena atas dukungan dan doa yang tidak ternilai harganya demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.

Dan tidak lupa dalam kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Sari Nuzulinna Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu.
4. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Pengembangan Sdm Dan Administrasi Keuangan.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, S.E.,M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Ibu Rana Fathinah Ananda, SE, M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Kerja Sama dan Sistem Informasi.
7. Ibu Nindya Yunita, S.pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen
8. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
9. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
10. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak saran dan masukan pada skripsi ini.
11. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
12. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
13. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Mauli Halomoan Nasution dan Ibunda Nurainun yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, doa yang tiada henti dan semua pengorbanan yang tidak akan pernah terbalaskan oleh peneliti, tanpa Bapak dan Ibunda peneliti tidak berarti apa-apa.

14. Kepada kakak saya Rahma Yanti Nasution, adek saya Rianda Halomoan Nasution dan Adinda Ayu Lestari Nasution yang tercinta yang telah memberikan doa dan dorongan keceriaan yang diberikan berbagai kesempatan hidup kepada peneliti.
15. Kepada semua keluarga saya yang tercinta yang telah memberikan doa atau semangat kepada peneliti.
16. Kepada para sahabat saya Avaldo Tobing, Bobi Marson Manalu, Herisman, Ariq Abiir Miraza, Edwin Sinaga, Rio Parada, Rifai Pasaribu, Fikri Abrar, Riza Lutfhi, Linus Semar Sinuhaji, yang selalu memberikan semangat, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Serta rekan-rekan angkatan 2018 terkhusus Manajemen A1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan, semoga Tuhan yang Maha esa membalas kebaikan kalian semua dengan kebaikan yang lebih baik lagi. Mengingat keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 5 Agustus 2022

Penulis



Fery Halomoan
NPM: 188320105

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN | |
| HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS | |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI | |
| RIWAYAT HIDUP | |
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACK | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teoretis | 8 |
| 2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) | 8 |
| 2.1.2 <i>Theory Reasoned Action</i> (TRA) | 9 |
| 2.1.3 <i>Theory of Personal behavior</i> (TPB)..... | 10 |
| 2.1.4 Kemudahan Penggunaan | 11 |
| 2.1.4.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan | 11 |
| 2.1.4.2 Dimensi Kemudahan Penggunaan..... | 12 |
| 2.1.5 Keamanan | 12 |
| 2.1.5.1 Pengertian Keamanan | 12 |
| 2.1.5.2 Dimensi Keamanan..... | 13 |
| 2.1.5.3 Indikator Keamanan | 14 |
| 2.1.6 Kepercayaan | 14 |
| 2.1.6.1 Pengertian Kepercayaan | 14 |
| 2.1.6.2 Dimensi Kepercayaan..... | 15 |
| 2.1.6.3 Indikator Kepercayaan..... | 17 |
| 2.1.7 Minat Beli Ulang | 18 |
| 2.1.7.1 Pengertian Minat Beli Ulang | 18 |
| 2.1.7.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Ulang ... | 19 |
| 2.1.7.3 Dimensi Minat Beli Ulang..... | 20 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 21 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 22 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 23 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian | 25 |
| 3.1.1 Jenis Penelitian | 25 |
| 3.1.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian | 25 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 26 |
| 3.2.1 Populasi | 26 |
| 3.2.2 Sampel | 26 |
| 3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel | 27 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 29 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 32 |
| 3.6.1 Analisis Data Deskriptif | 32 |
| 3.6.2 Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM) | 32 |
| 3.6.3 Uji Hipotesis | 34 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Hasil Penelitian | 35 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan..... | 35 |
| 4.1.2 Visi Misi Perusahaan | 36 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden | 36 |
| 4.2 Analisis Jalur | 39 |
| 4.2.1 <i>Outer Model</i> | 41 |
| 4.2.2 <i>Inner Model</i> | 44 |
| 4.2.3 Uji Determinasi | 47 |
| 4.3 Analisis Hasil Penelitian | 48 |
| 4.3.1 Pengaruh Kemudahan pengguna terhadap kepercayaan | 48 |
| 4.3.2 Pengaruh Keamanan terhadap kepercayaan..... | 49 |
| 4.3.3. Pengaruh Kemudahan pengguna terhadap minat beli ulang .. | 50 |
| 4.3.4 Pengaruh Keamanan terhadap minat beli ulang..... | 51 |
| 4.3.5 Pengaruh Kepercayaan pengguna terhadap minat beli ulang . | 51 |
| 4.3.6 Pengaruh Kemudahan pengguna terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan..... | 52 |
| 4.3.7 Pengaruh Keamanan terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan..... | 54 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 55 |
| 5.2 Saran..... | 56 |

| | |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 57 |
|----------------------|----|

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 21 |
| Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian..... | 26 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel | 28 |
| Tabel 4.1 Deskripsi responden menurut jenis kelamin | 36 |
| Tabel 4.2 Deskripsi responden menurut jenis usia | 37 |
| Tabel 4.3 Deskripsi responden menurut jenis pekerjaan | 38 |
| Tabel 4.4 Deskripsi responden menurut pendapatan | 39 |
| Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i> | 42 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas | 43 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisa Pengaruh Langsung | 44 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisa Pengaruh Tidak Langsung | 46 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 1.1 Pengunjung Bulanan <i>E-Commerce</i> 2021 | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual | 23 |
| Gambar 4.1 Logo Shopee..... | 36 |
| Gambar 4.2 Analisa Jalur | 40 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1. Kuesioner penelitian | 62 |
| Lampiran 2. Hasil Uji Statistika | 68 |
| Lampiran 3. Data Sample | 74 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia. Banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia, banyak pebisnis yang melihat adanya peluang dari hasil survei tersebut, sehingga para pebisnis juga memanfaatkan internet untuk membuka usaha ataupun untuk mengembangkan usaha yang sudah ada. Salah satu aspek bisnis yang menggunakan layanan internet adalah bisnis jual-beli menggunakan *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* merupakan aplikasi internet yang digunakan untuk melakukan transaksi perdagangan melalui internet.

Menurut (Sutabri, 2012) menyatakan bahwasannya *E-Commerce* merupakan pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer lainnya. Adapun cara Pemakaian *E-Commerce* tergolong mudah. Umumnya transaksi melalui sarana *E-Commerce* dilakukan melalui situs *web* yang dalam hal ini berlaku sebagai semacam etalase bagi produk yang akan dijual. Dari situs *web* ini, para pembeli (*customer*) dapat melihat bentuk dan spesifikasi produk bersangkutan lengkap dengan harga yang dipatok. Berikutnya, apabila si calon pembeli tertarik, maka ia dapat melakukan transaksi pembelian di situs tersebut dengan sarana yang telah ditentukan oleh penjual (*merchant*). Adapun di Indonesia terdapat beberapa *marketplace* yang dapat kita jumpai antara lain Blibli.com, Bukalapak.com, Tokopedia.com, Shopee.com, Zalora.com, Shopee dan lain sebagainya. Salah satu

aplikasi *marketplace* yang sedang marak digunakan di Indonesia adalah situs jual beli *online* Shopee.

Shopee merupakan salah satu perusahaan *E-Commerce B2C (Business to Consumer)* dan sekaligus *C2C (Consumer to Consumer)* dimana perusahaan *E-Commerce* menyediakan platform sebagai jembatan bertemunya penjual dan pembeli sekaligus menjadi tempat bertemunya pembeli dengan pembeli lain, pada tahun 2015 Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura setelah itu melakukan ekspansi ke negara ASEAN lain dan membuka Shopee Indonesia, Shopee Malaysia, Shopee Thailand, Shopee Taiwan, Shopee Vietnam, dan Shopee Filipina (Shopee.com, 2015).



Gambar 1.1 Pengunjung Bulanan *E-Commerce* 2021

Sumber : iprice.co.id, 2021

Shopee telah memberikan fitur dan program yang ditawarkan oleh shopee diantaranya yakni fitur *live chat* sebagai komunikasi langsung antara penjual dengan pembeli, *shopee live*. Minat atau tidaknya konsumen untuk berbelanja secara *online* dipengaruhi oleh sikap dari konsumen itu sendiri. Menurut (Picaully, 2018) menyatakan bahwa alasan orang Indonesia tidak melakukan pembelian

secara *online* adalah karena mereka lebih senang berbelanja secara konvensional, tidak percaya dengan *online shop*, transaksi yang memusingkan, takut dengan penipuan, kurangnya pengalaman dan juga barang tidak sesuai pesanan. Dengan adanya alasan tersebut maka motivasi atau minat untuk membeli produk secara *online* akan berkurang. Minat beli merupakan hasrat yang tinggi untuk dapat memiliki suatu produk. Minat membeli suatu produk akan muncul ketika konsumen sudah mulai terpengaruh dengan kualitas produk dan informasi mengenai kelemahan dan keunggulan produk tersebut (Durianto, 2013).

Berikut adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli seseorang secara *online*, antara lain faktor keamanan, kemudahan, kepercayaan dan pengalaman berbelanja. Menurut (Park & Kim, 2006) menyatakan bahwa keamanan merupakan kemampuan toko untuk menjaga dan mengontrol data konsumen pada saat melakukan transaksi *online*. Menurut (Kotler & Keller, 2009) menyatakan bahwa kemudahan didalam *online shop* adalah ketika konsumen dapat melakukan pemesanan produk selama 24 jam dimanapun mereka berada. Ketika seseorang ingin melakukan pembelian maka faktor yang juga menjadi pertimbangan adalah faktor kepercayaan. Menurut (Kotler & Keller, 2009) menyatakan bahwa bentuk kepercayaan konsumen terhadap *online shop* terjadi ketika konsumen mulai terangsang oleh kebutuhan serta rasa ingin tahu yang semakin dalam untuk mencari informasi agar bisa memiliki produk yang diminati.

Penelitian ini mengacu pada dua penelitian terdahulu, yaitu Jennifer Katherine Tanjung (2019) dan Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto (2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Katherine Tanjung, 2019) Hasil penelitian ini menunjukkan antara kualitas *website*, *perceived benefits*, e-

wom, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kualitas *website*, *perceived benefits*, *e-wom*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan keamanan yang tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Kepercayaan memediasi pengaruh kualitas *website*, *perceived benefits*, *e-wom*, berpengaruh terhadap minat beli ulang sedangkan kepercayaan tidak memediasi pengaruh keamanan terhadap minat beli. Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kharismawan dan Ibnu Widiyanto, 2016) Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Kenyamanan aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Keamanan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi secara ulang.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNA DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN MANDAILING NATAL)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Dari rumusan masalah diatas, maka terdapat pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepercayaan pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal?

2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal?
3. Apakah kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal?
4. Apakah keamanan pengguna berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal?
6. Apakah kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kemudahan pengguna terhadap kepercayaan pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara keamanan terhadap kepercayaan pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kemudahan pengguna terhadap minat beli ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara keamanan terhadap minat beli ulang

pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.

5. Untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan terhadap minat beli ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
6. Untuk mengetahui pengaruh antara kemudahan pengguna terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
7. Untuk mengetahui pengaruh antara keamanan terhadap minat beli ulang melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

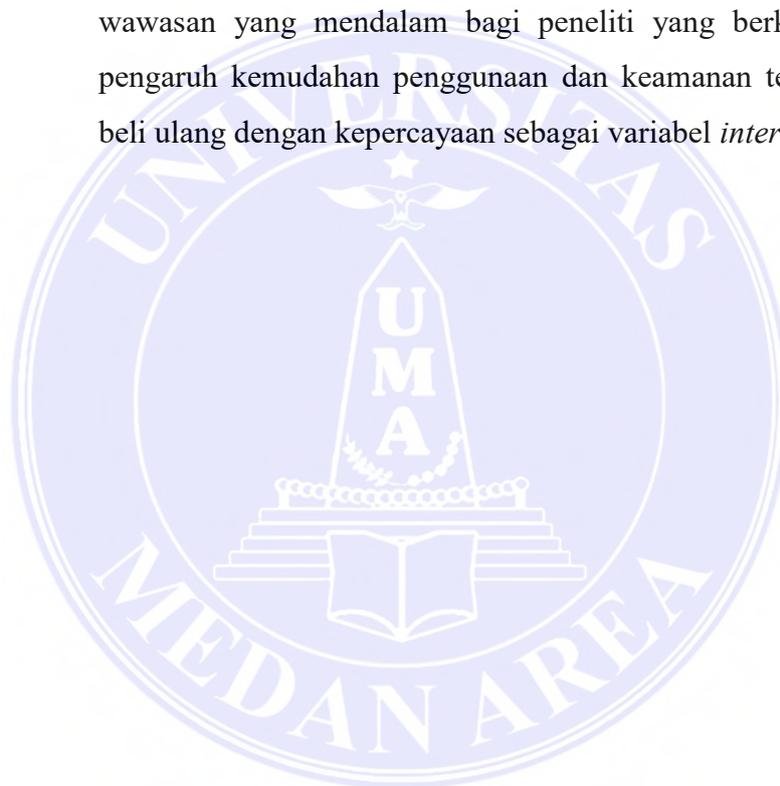
Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen, terutama mengenai minat beli ulang yang diperoleh secara teori selama perkuliahan dengan kenyataannya dalam menghadapi masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan.

- a. Bagi Universitas Medan Area, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa.

- b. Bagi Perusahaan, Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk perkembangan perusahaan ke depan.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya atau pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengkaji permasalahan yang sama di masa yang akan datang.
- d. Bagi Peneliti, Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang mendalam bagi peneliti yang berkaitan dengan pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoretis

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM (*Technology Acceptance Model*), (Davis, 1989) model penelitian yang paling populer untuk memprediksi penggunaan dan penerimaan sistem informasi dan teknologi oleh konsumen. TAM telah dipelajari secara luas dan diverifikasi oleh berbagai studi yang meneliti perilaku penerimaan teknologi konsumen dalam konstruksi sistem informasi yang berbeda. Dalam model TAM ada dua faktor yang *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang relevan dalam perilaku menggunakan komputer. Davis mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjective pengguna baru sehingga menggunakan sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya.

Perceived easy of use (EOU) dapat didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna mengharapkan suatu sistem menjadi bebas dari usahanya. Menurut TAM, *ease of use* dan *perceived usefulness* adalah penentu terpenting dari penggunaan sistem aktual. Kedua faktor ini dipengaruhi oleh variabel eksternal. Faktor eksternal utama yang biasanya terlihat dari faktor sosial, faktor budaya dan faktor politik. Faktor sosial meliputi bahasa, keterampilan serta fasilitas. Faktor-faktor politik terutama adalah dampak dalam menggunakan teknologi ialah politik dan krisis politik. Perilaku untuk menggunakan berkaitan dengan evaluasi pengguna terhadap keinginan menggunakan aplikasi sistem informasi tertentu. *intention to use* adalah ukuran kemungkinan seseorang menggunakannya.

2.1.2 Theory of Reasoned Action (TRA)

TRA (*Theory of Reasoned Action*), niat seseorang merupakan fungsi dari dua penentu dasar, satu pribadi pada dasarnya mencerminkan pengaruh sosial. Faktor pribadi adalah penilaian positif atau negatif konsumen dalam melakukan perilaku. Faktor ini disebut sikap terhadap perilaku (Ajzen dan Fishbein, 1980). Penentu niat kedua adalah persepsi orang tentang tekanan sosial yang dikenakan kepadanya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Karena berkaitan dengan yang dirasakan oleh seseorang, faktor ini disebut norma subyektif (Ajzen dan Fishbein, 1980). Menurut teori, sikap adalah fungsi dari kepercayaan. Seseorang mempercayai bahwa melakukan sesuatu perilaku tertentu akan menghasilkan sebagian besar hasil positif yang memiliki sikap menguntungkan terhadap perilaku tersebut, sementara beberapa orang mempercayai bahwa melakukan perilaku akan menghasilkan sebagian besar hasil negatif yang memiliki sikap tidak adanya keuntungan yang didapatkan.

Keyakinan didasari oleh sikap konsumen terhadap perilaku yang disebut keyakinan perilaku. Norma subyektif juga merupakan fungsi dari kepercayaan yang menentukan individual atau kelompok untuk berpikir apakah seseorang harus melakukan perilaku atau tidak. Keyakinan ini yang mendasari norma subyektif seseorang disebut keyakinan normatif. Seseorang yang percaya bahwa sebagian besar referensi dengan siapa dia termotivasi untuk mematuhi berpikir dia harus melakukan perilaku akan menerima tekanan sosial untuk melakukannya. *Theory Reasoned Action* (TRA), (Ajzen & Fishbein, 1969, 1980) memberikan model yang memiliki manfaat potensial untuk memprediksi niat untuk melakukan perilaku

berdasarkan keyakinan sikap dan normatif konsumen. telah divalidasi, kepercayaan perilaku mempengaruhi sikap terhadap perilaku, dan hubungan tersebut berpindah ke dalam keyakinan terhadap sikap, yang menghasilkan sikap yang dapat memberikan keuntungan atau tidak memberikan keuntungan terhadap sikap tersebut.

2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) merupakan perluasan dari *theory of reasoned action* (TRA) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fisbein pada tahun 1980. Teori perilaku terencana bertujuan untuk memprediksi dan memahami dampak dari niat berperilaku, mengidentifikasi strategi untuk merubah suatu perilaku serta menjelaskan perilaku nyata manusia. Teori perilaku terencana mengansumsi bahwa manusia yang bersifat rasional akan menggunakan informasi yang ada secara sistematis kemudian memahami dampak perilakunya sebelum memutuskan untuk mewujudkan perilaku tersebut.

Dalam teori perilaku terencana ada beberapa tujuan dan manfaat diantaranya untuk meramalkan dan memahami pengaruh motivasional terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individunya sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan suatu strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada setiap aspek penting beberapa perilaku manusia. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, hal utama dari teori tersebut adalah intensi untuk berperilaku. Teori perilaku terencana ini didasarkan pada asumsi bahwa

manusia merupakan makhluk yang rasional dan mereka menggunakan informasi yang mungkin baginya secara sistematis.

Teori perilaku terencana ini menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*Attitude Toward the Behavior*), norma subjektif (*Subjective Norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*).

2.1.4 Kemudahan Penggunaan

2.1.4.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut (Hartono, 2017) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Begitupun sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Faktor kemudahan penggunaan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara *online*. Biasanya calon konsumen akan mengalami kesulitan pada saat pertama kali bertransaksi *online*, dan cenderung mengurungkan niatnya karena tidak tahu cara bertransaksi *online*. Di lain pihak, ada juga calon pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena telah mendapatkan informasi tentang cara bertransaksi *online*. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dalam membeli barang atau jasa secara *online* sangatlah penting karena dengan banyaknya kemudahan yang diberikan oleh penjual *online* maka konsumen

dapat lebih mudah dalam berinteraksi dan dapat mencapai suatu informasi dengan mudah serta tidak membuat konsumen bingung dan menjadi tidak nyaman, sehingga nantinya dapat menjaga loyalitas dan kepuasan konsumen.

2.1.4.2 Dimensi Kemudahan Penggunaan

Menurut (Davis, 2007) terdapat enam indikator kemudahan penggunaan, yaitu:

1. *Easy to learn*, suatu aplikasi harus mudah untuk dipelajari sehingga pengguna mampu dengan mudah beradaptasi atau memahami aplikasi tersebut.
2. *Controllable*, suatu aplikasi harus mudah dikendalikan atau dikontrol. Artinya aplikasi dapat digunakan sesuai kebutuhan pengguna.
3. *Clear and understandable*, suatu aplikasi harus jelas dan dapat dipahami, baik dari segi konten maupun istilah yang digunakan.
4. *Flexible*, suatu aplikasi harus fleksibel. Artinya aplikasi dapat disesuaikan dan digunakan kapanpun sesuai keinginan pengguna.
5. *Easy to become skillful*, suatu aplikasi harus mudah dimengerti, sehingga pengguna mudah untuk menguasai penggunaan aplikasi tersebut.
6. *Easy to use*, suatu aplikasi harus mudah untuk digunakan, sehingga pengguna tidak merasa kesulitan dalam pengoperasiannya.

2.1.5 Keamanan

2.1.5.1 Pengertian Keamanan

Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi *online* adalah bagaimana dapat mencegah penipuan

atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan transaksi *online* terus mendominasi diskusi tentang *E-Commerce*, (Elliot dan Fowel, 2000) (Liao dan Cheung, (2001) (Szymanski dan Hise 2000).

(Park dan Kim, 2006) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika *level* jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

2.1.5.2 Dimensi Keamanan

Berikut adalah aspek-aspek dari sistem keamanan yang harus diperhatikan oleh tiap unsur yang terlibat dalam transaksi *E-Commerce* (Irawan, 2017):

1. *Authentication* (keabsahan pengirim) : Identitas pengguna/pengirim data teridentifikasi (tidak ada kemungkinan penipuan)
2. *Confidentiality* (kerahasiaan data)/*privacy* : data tidak dapat dibaca oleh pihak yang tidak berhak. Privacy data atau informasi harus diberikan agar tiap komponen yang terlibat tidak merasa dirugikan oleh unsur yang lain.
3. *Integrity* (keaslian data) : Data tidak dapat diubah secara tidak sah. Integritas yang terbentuk harus saling memiliki komitmen sehingga data-data yang diberikan akan dapat terjaga tanpa adanya kebocoran data kepada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

4. *Non-Repudiation* (anti-penyangkalan) : tidak ada penyangkalan pengiriman data (dari pihak penerima terhadap pihak pengirim). Sehingga pencatatan transaksi bisa diakui sebagai suatu bukti transaksi *E-Commerce* telah terjadi. Misal konsumen memesan sebuah buku, kemudian menyangkal ke vendor bahwa pemesanan yang diterima vendor tidak seperti yang telah dibuat sebelumnya.

2.1.5.3 Indikator Keamanan

Indikator – indikator variabel keamanan menurut (Hardiyanti, 2012) yaitu :

1. Terjaminnya transaksi.
2. Kemudahan transaksi melalui *COD* (*Cash On Delivery*) ataupun transfer.
3. Bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman.
4. Citra penjual online.
5. Kualitas produk.

2.1.6 Kepercayaan

2.1.6.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut (Peppers and Rogers, 2004), kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

Kepercayaan (*trust*) merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan (*trust*) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. *Trust* telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan

pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai, 2003).

Menurut (McKnight, 2002), “kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi”. Dimensi kepercayaan dalam kaitannya dengan *online shop* adalah berkaitan erat dengan keyakinan konsumen pada perantara dan online vendor (Chen dan Dhillon, 2003).

Diadaptasi dari definisi tersebut, (Lim, 2001) menyatakan kepercayaan konsumen dalam berbelanja internet sebagai kesediaan konsumen untuk mengekspos dirinya terhadap kemungkinan rugi yang dialami selama transaksi berbelanja melalui internet, didasarkan harapan bahwa penjual menjanjikan transaksi yang akan memuaskan konsumen dan mampu untuk mengirim barang atau jasa yang telah dijanjikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak menerima risiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan sesuai yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.

2.1.6.2 Dimensi Kepercayaan

Menurut (McKnight, Kacmar, dan Choudry, 2006) kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. (McKnight, 2002) menyatakan bahwa ada dua dimensi kepercayaan konsumen, yaitu:

a. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Benevolence*. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya (penjual toko maya) yang manapenjualmemiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. (McKnight, 2002) menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun *trusting belief*, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.

i. *Benevolence*

Benevolence (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan. *Integrity* konsumen.

ii. *Integrity*

Integrity (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

iii. *Competence*

Competence (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

b. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. (McKnight, 2002) menyatakan bahwa ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

i. *Willingness to depend*

Willingness to depend adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

ii. *Subjective probability of depending*

Subjective probability of depending adalah kesediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual.

2.1.6.3 Indikator Kepercayaan

Ada banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan konsumen. Indikator kepercayaan yang dikutip dari (Adi, 2012) adalah sebagai berikut:

1. Jaminan Kepuasan.
2. Perhatian.
3. Keterus-terangan.

Menurut (Dias, 2012), indikator kepercayaan adalah:

1. Kejujuran dalam mengelola situs jual beli online.
2. Kompetensi, yaitu situs dapat bersaing dan dapat diandalkan.
3. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.

2.1.7 Minat Beli Ulang

2.1.7.1 Pengertian Minat Beli Ulang

Menurut (Wijaya, 2017) Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa yang akan datang. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan. Kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

(Kotler dan Keller, 2009) berpendapat bahwa setelah konsumen membeli produk tersebut, konsumen bisa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian. Pelanggan yang puas akan kembali membeli produk, memuji produk yang membelinya dihadapan orang lain, sedikit menarik perhatian pada merek dan iklan pesaing dan membeli produk lain dari perusahaan yang sama. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat pembelian ulang adalah kegiatan pembelian yang dilakukan konsumen setelah mereka melakukan pembelian yang pertama kali dari produk maupun jasa yang dilakukan secara berulang pada jangka

waktu tertentu dan secara aktif menyukai dan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk barang atau jasa, didasarkan pada pengalaman yang telah dilakukan dimasa lampau.

2.1.7.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang

Menurut (Kotler dan Keller, 2009), ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan pembelian ulang, yaitu:

1. Faktor Psikologis

Meliputi pengalaman belajar individu tentang kejadian di masa lalu, serta pengaruh sikap dan keyakinan individu. Pengalaman belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Timbulnya minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajar individu dan pengalaman belajar konsumen yang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.

2. Faktor Pribadi

Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli. Faktor pribadi ini termasuk di dalamnya konsep diri. Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang upah yang kita pikirkan. Dalam hubungan dengan minat beli ulang, produsen perlu menciptakan situasi yang diharapkan konsumen.

3. Faktor Sosial

Mencakup faktor kelompok anutan (*small reference group*). Kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Kelompok anutan ini merupakan kumpulan keluarga, kelompok atau orang tertentu. Dalam menganalisis minat beli ulang, faktor keluarga berperan sebagai pengambil keputusan, pengambil inisiatif, pemberi pengaruh dalam keputusan pembelian, penentu apa yang dibeli, siapa yang melakukan pembelian dan siapa yang menjadi pengguna.

2.1.7.3 Dimensi Minat Beli Ulang

Menurut (Ferdinand, 2014) terdapat 4 dimensi minat beli ulang sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefensikan produk kepada orang lain.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan prilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan prilaku seseorang yang mencari informasi mengenai produk yang diminatnya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi, dapat dilihat pada Tabel 2.1 dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

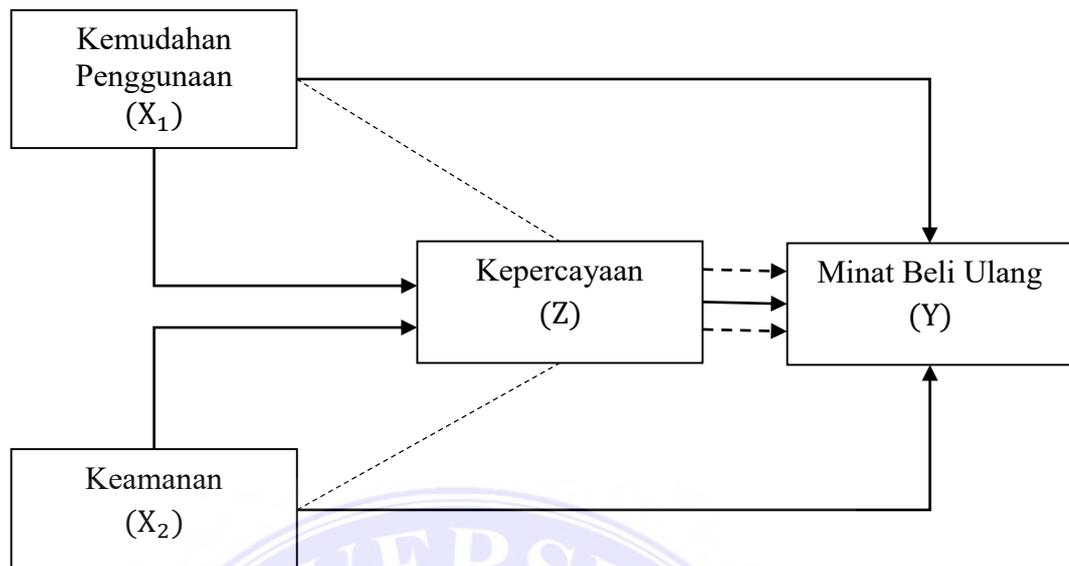
| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|---|---|
| 1. | Selli Nisrina Faradila dan Harry Soesanto (2016) | Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi pada Pengunjung Toko <i>Online</i> berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro) | 1. Persepsi Kemudahan, 2. Persepsi Manfaat, 3. Kepercayaan, 4. Minat Beli. | Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan. Dari hasil penelitian juga diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli. |
| 2. | Jennifer Katherine Tanjung (2019) | Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas <i>Website</i> , <i>Perceived Benefits</i> , <i>E-worm</i> , Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Secara <i>Online</i> (Studi Pada Konsumen Shopee di Yogyakarta) | 1. Kualitas <i>Website</i> , 2. <i>Perceived Benefits</i> , 3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> , 4. Keamanan, 5. Kepercayaan, 6. Minat Beli. | Hasil penelitian ini menunjukkan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Berbeda dengan keamanan yang tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Kepercayaan memediasi berpengaruh terhadap minat beli ulang sedangkan kepercayaan tidak memediasi pengaruh keamanan terhadap minat beli. |
| 3. | Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto (2016) | Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara <i>E-Banking</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Internet Banking Di Kota Semarang) | 1. Kemudahan Pengguna, 2. Kenyamanan Akestabilitas, 3. Keamanan Penggunaan, 4. Kepercayaan Pelanggan, 5. Minat Bertransaksi Ulang. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Kenyamanan akesbilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Keamanan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi secara ulang. |

| No. | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel | Hasil Penelitian |
|-----|--|---|---|--|
| 4. | Claudia Cindy Karnadjaja, Diah Tulipa, dan Robertus Sigit Haribowo Lukito (2017) | Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Belanja <i>Online</i> melalui Kepercayaan dan Sikap pada Konsumen Zalora di Surabaya | 1. Persepsi Resiko, 2. Manfaat, 3. Kemudahan Penggunaan, 4. Kepercayaan, 5. Minat Belanja <i>Online</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived risk</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>trust</i> dan <i>attitude</i> . <i>Perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>attitude</i> . <i>Perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>attitude</i> . <i>Trust</i> dan sikap <i>attitude</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>online shopping intention</i> . |
| 5. | Wahyu Muhammad Annafi (2020) | Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko <i>Online</i> Shopee Di Surakarta | 1. Kepercayaan, 2. Kemudahan Penggunaan, 3. Kepuasan, 4. Minat Beli Ulang. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada toko <i>online</i> Shopee. kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada toko <i>online</i> Shopee. kepuasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada toko <i>online</i> Shopee. |

Sumber : Penelitian terdahulu

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut (Sugiyono, 2014) kerangka konsep penelitian adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian, yaitu antara variabel independen dan variabel dependen yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan. Berdasarkan penjabaran teori dan uraian diatas maka pengaruh X_1 dan X_2 , terhadap Y dan di *intervening* melalui variabel Z dapat dirumuskan dalam kerangka konseptual pada gambar dibawah ini.



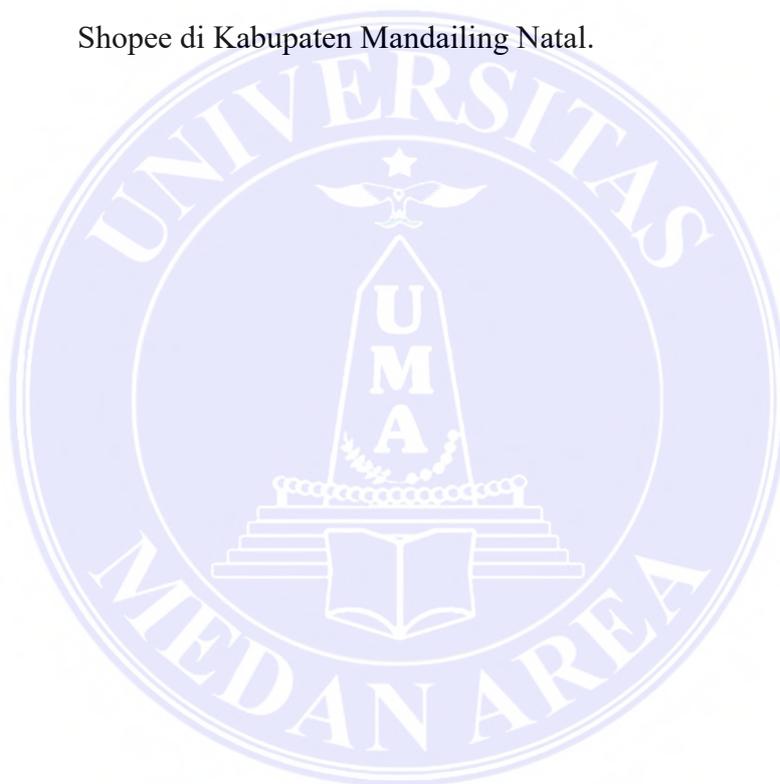
Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2016), “hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan”. Maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Kepercayaan pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
2. Keamanan berpengaruh terhadap Kepercayaan pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
3. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
4. Keamanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.

5. Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
6. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
7. Keamanan berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian asosiatif. Menurut (Echdar, 2017), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) dan keamanan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y) dengan kepercayaan (Z) sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yakni data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Mandailing Natal. Lokasi pengambilan populasi dan sampel yakni dari 5 kecamatan yakni Batang Natal, Kotanopan, Lingga Bayu, Penyabungan Kota dan Siabu.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan adalah dari bulan November 2021 sampai dengan Juni 2022. Berikut waktu penelitian yang penulis rencanakan :

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

| No. | Kegiatan | 2021 - 2022 | | | | | | | |
|-----|----------------------------------|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| | | Nov | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Juni |
| 1. | Pembuatan dan Bimbingan Proposal | ■ | ■ | | | | | | |
| 2. | Seminar Proposal | | ■ | | | | | | |
| 3. | Pengumpulan Data | | | ■ | ■ | | | | |
| 4. | Analisis Data | | | ■ | ■ | ■ | | | |
| 5. | Penyusunan Skripsi | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| 6. | Seminar Hasil | | | | | | | | ■ |
| 7. | Pengajuan Sidang Meja Hijau | | | | | | | | ■ |

3.1 Penentuan Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut (Sujarweni, 2014) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan definisi diatas, penelitian memilih populasi semua pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal. Jenis populasi yang akan diteliti adalah *infinite population*, karena peneliti tidak mengetahui angka pasti jumlah pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.

3.1.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Ukuran sampel diambil dengan menggunakan Rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui dengan pasti. Menurut (Hair, 2010) bahwa apabila ukuran sampel terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel

yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan *Structural Equation Model* (SEM). Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 kali jumlah indikator. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 40 \times 5 \\ &= 200 \text{ orang responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 200 orang responden pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu nonprobabilitas sampling. Teknik pengambilan sampel nonprobabilitas memiliki ciri bahwa tidak diberikan kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Menurut (Sujarweni, 2014) Teknik *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria-kriteria sampel yaitu, pengguna aplikasi Shopee dan pernah melakukan pembelian di aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.

3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, terdapat variabel bebas yakni Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Keamanan (X_2), variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli Ulang (Y). dan variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Kepercayaan (Z).

Penelitian ini menggunakan skala Likert. Berikut beberapa definisi

operasional dari beberapa variabel yang digunakan pada penelitian beserta indikator dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala Pengukuran |
|--------------------------------|---|--|------------------|
| Kemudahan Penggunaan (X_1) | Kemudahan merupakan suatu tingkat kepercayaan dimana masyarakat dapat menggunakan aplikasi belanja <i>online</i> Shopee dengan mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. | 1. <i>Easy to learn</i> (Mudah dipelajari) | Likert |
| | | 2. <i>Controllable</i> (Dapat dikontrol) | |
| | | 3. <i>Clear and Understandable</i> (Jelas dan dapat dipahami) | |
| | | 4. <i>Flexible</i> (Fleksibel) | |
| | | 5. <i>Easy to use</i> (Mudah digunakan) | |
| Keamanan (X_2) | Kemampuan Shopee dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. | 1. Keabsahan pengirim (<i>Authentication</i>) | Likert |
| | | 2. Kerahasiaan data/ <i>privacy</i> (<i>Confidentiality</i>) | |
| | | 3. Keaslian data (<i>Integrity</i>) | |
| | | 4. Anti penyangkalan (<i>Repudiation</i>) | |
| Kepercayaan (Y) | Kepercayaan masyarakat terhadap aplikasi belanja <i>online</i> Shopee mengenai kemampuan Shopee untuk memenuhi harapan masyarakat. | 1. <i>Ability</i> (Kemampuan) | Likert |
| | | 2. <i>Benevolence</i> (Kebaikan) | |
| | | 3. <i>Integrity</i> (Integritas) | |
| Minat Beli Ulang (Z) | Minat pembelian ulang adalah kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian kembali dimasa datang. | 1. Minat Transaksional | Likert |
| | | 2. Minat Refrensial | |
| | | 3. Minat Prefrensial | |
| | | 4. Minat Eksploratif | |

(Sumber: diolah peneliti 2021)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
 - b. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang diberikan kepada responden yaitu pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
2. Sumber Data
 - a. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan jawaban kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Mandailing Natal.
 - b. Data yang diperoleh dalam bentuk berupa publikasi oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh melalui studi pustaka, internet, dan literatur.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan adalah untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Hal ini dimaksud untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian. Dilakukan dengan mempelajari buku-

buku, hasil laporan lain yang ada referensinya.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Pengamatan (*Observasi*)

Mengadakan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap unit-unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan-pencatatan tanpa ikut berpartisipasi langsung.

b. Wawancara (*Interview*)

Memperoleh data atau mendapatkan data dan informasi yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung secara lisan terhadap orang-orang yang dapat memberikan keterangan-keterangan yang erat kaitannya dengan masalah-masalah yang akan penulis ungkapkan dalam penelitian ini guna mendukung data yang dikumpulkan.

c. Kuesioner (*Questionnaire*)

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu :

a. Jawaban “Sangat Tidak Puas”, diberi nilai 1

b. Jawaban “Tidak Puas”, diberi nilai 2

c. Jawaban “Kurang Puas”, diberi nilai 3

- d. Jawaban “Puas”, diberi nilai 4
- e. Jawaban “Sangat Puas”, diberi nilai 5

3.5 Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Pengukuran jika dikatakan valid dengan mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dari pengukurannya, dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda menurut (Jogiyanto, 2010).

3.5.1 Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas menggunakan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

3.5.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama.

Kriteria uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika *Cronbach's Alpha* > 0,7 maka dinyatakan reliabel.
- b. Jika *Cronbach's Alpha* < 0,7 maka dinyatakan tidak reliabel.

3.6 Metode Analisis Data

Peneliti harus menganalisis data yang diperoleh agar didapatkan suatu gambaran yang bermanfaat dari semua data yang telah diperolehnya. Data tersebut dapat berupa rangkuman angka-angka yang merupakan hasil pengkodean selanjutnya, maupun hasil dari diteksi instrumen yang digunakan atau kuesioner (Echdar, 2017). Data yang telah diperoleh dalam penelitian ini akan dianalisis secara kuantitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data melalui deskripsi dan gambaran dari data yang dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membentuk kesimpulan yang berlaku untuk umum.

3.6.2 Analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM)

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan software *SmartPLS*. PLS-SEM merupakan metode analisis yang sering disebut *soft modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinary Least Square*) regresi, seperti data harus berdistribusi normal secara *multivariate* dan tidak adanya problem *multikolonieritas* antar variabel independen. PLS pada dasarnya dikembangkan untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel kecil atau adanya masalah normalitas data (Ghozali dan Latan, 2015). Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model

pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut *inner model*.

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* ini dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas pola hubungan antar variabel dari sebuah konsep yang dipresentasikan dengan sebuah model sehubungan dengan masalah yang akan diteliti. Model persamaan pengukuran dapat dirumuskan apabila diagram jalur pola hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen sudah jelas dan koefisien hubungan masing-masing variabel diidentifikasi.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model menunjukkan hubungan-hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*. Hasil akhir dari pengujian model struktural dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrap* (metode nonparametrik) dikarenakan PLS tidak menggunakan asumsi data terdistribusi normal sehingga pengujian signifikansi parametrik tidak dapat dilakukan. Nilai *standardized coefficient path* ditunjukkan oleh panah hubungan variabel laten. Apabila nilai *standardized coefficient path* $> 0,1$ maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen signifikan (semakin besar nilainya, semakin besar pengaruhnya). Bisa juga dinilai melalui skor koefisien path yang ditunjukkan oleh nilai T-statistik, dimana nilainya harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua arah (*two-tailed*) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu arah (*one tailed*) untuk pengujian

hipotesis pada $\alpha = 0,05$ (Ghozali & Latan, 2015). Pada model struktural akan dilakukan uji analisis koefisien jalur, koefisien Determinasi (R^2),

a. Analisis Koefisien Jalur

Pembentukan diagram jalur pada proses PLS-SEM adalah visualisasi dari kerangka konseptual penelitian sehingga lebih mudah dipahami dan dipelajari. Digunakan dalam menguji besarnya sumbangan (pengaruh) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari masing-masing variable.

b. Analisis Korelasi Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi menggunakan R yaitu melihat besarnya pengaruh variabel bebas (Situmorang, 2017). Jika nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel terikat.

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode *bootstrapping* yang sejalan dengan model struktural (*inner model*). Kriteria penarikan kesimpulan menurut (Ghozali & Latan, 2015) adalah:

1. H_0 diterima jika nilai $p\text{-values} > 0,05$ (tingkat signifikansi) atau nilai $t\text{ statistics} < 1,96$ (*rule of thumb*)
2. H_0 ditolak jika nilai $p\text{-values} < 0,05$ (tingkat signifikansi) atau nilai $t\text{-statistics} > 1,96$ (*rule of thumb*).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Kepercayaan ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0,011 < 0,050$. Kemudian nilai dari *original sample* adalah positif yaitu sebesar 0.065. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima.
2. Keamanan berpengaruh terhadap Kepercayaan ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0,012 < 0,050$. Kemudian nilai dari *original sample* adalah positif yaitu sebesar 0.145. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima
3. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0,046 < 0,050$. Kemudian nilai dari *original sample* adalah positif yaitu sebesar 0.537. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima.
4. Keamanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0,010 < 0,050$. Kemudian nilai dari *original sample* adalah positif yaitu sebesar 0.022. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima.
5. Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0,040 < 0,050$. Kemudian nilai dari *original*

sample adalah positif yaitu sebesar 0.159. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima.

6. Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan sebagai variabel intervening ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0,035 < 0,050$. Kemudian nilai dari original sample adalah positif yaitu sebesar 0.231. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima.
7. Keamanan berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan sebagai variabel intervening ditunjukkan dengan nilai signifikansi (*p values*) sebesar $0.033 < 0,050$. Kemudian nilai dari original sample adalah positif yaitu sebesar 1.035. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa diterima.

5.2. Saran

Adapun Saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari segi kemudahan, sebaiknya Shopee meningkatkan kualitas informasi tentang produk yang ada di Shopee. Karena kemudahan memperoleh informasi tentang produk dinilai sangat penting bagi konsumen ketika ingin melakukan pembelian ulang.
2. Adanya fitur asuransi tambahan untuk menjamin keamanan produk yang dijual.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang sejenis serta diharapkan peneliti selanjutnya menambah atau meneliti variabel lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Annafi, W. M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Online Shopee Di Surakarta. *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China Pada Kasus Covid-19 Di Kompas.Com*, 68(1), 1–12.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21–34.
<https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>
- Bart, Y., Shankar, V., Sultan, F., & Urban, G. L. (2005). Are the drivers and role of online trust the same for all web sites and consumers? A large-scale exploratory empirical study. *Journal of Marketing*, 69(4), 133–152.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.2005.69.4.133>
- Dealand, M. R. (1980). Regulatory Alert: Superfund: The debate drags on. *Environmental Science and Technology*, 14(10), 1175.
<https://doi.org/10.1021/es60170a601>
- Demir, M., & Karahanna, E. (2016). *Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology Cite this paper.*
- Dias, A. (2012). Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Situs Jual Beli Tokobagus.Com : Antecedents Dan Outcome. *Tesis S-2 Manajemen Pemasaran Universitas Indonesia.*
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.* PT Gramedia Pustaka Utama.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis.* PT Ghalia Indonesia.
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149.
<https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i2.13406>
- Ferdinand, A. (2014). *Metodologi Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen (5th ed.).* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Grandgirard, J., Poinsoot, D., Krespi, L., Nénon, J. P., & Cortesero, A. M. (2002). Costs of secondary parasitism in the facultative hyperparasitoid *Pachycrepoideus dubius*: Does host size matter? *Entomologia Experimentalis et Applicata*, 103(3), 239–248. <https://doi.org/10.1023/A>
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education, Inc.
- Hasan, A. (2014). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Heijden, H. Van Der, Verhagen, T., & Creemers, M. (2003). Understanding online purchase intentions: Contributions from technology and trust perspectives. *European Journal of Information Systems*, 12(1), 41–48. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000445>
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.Com (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Unisma Angkatan 2013). *E - Jurnal Riset Manajemen*, 6(3), 64–78. https://www.google.co.id/search?safe=strict&sxsrif=ACYBGNQfSQChyo_JtCktAdt_6VIXuNruRw%3A1570607395623&source=hp&ei=I5GdXbfUI4yQwgO-s4kY&q=Pengaruh+Kepercayaan%2C+Kemudahan%2C+Harga+Dan+Kualitas+Informasi+Pengguna+E-Commerce+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Sec
- Himawan, H. (2008). *Keamanan Transaksi E-Commerce*. 2008(semnasIF), 318–325.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta
- Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFPE.
- Karnadjaja, Tulipa, & Lukito. (2018). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Belanja Online Melalui Kepercayaan Dan Sikap Pada Konsumen Zalora Di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 116–130. <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/1779>
- Kharismawan, I. T. (2015). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Liao, Z., & Cheung, M. T. (2001). Internet-based e-shopping and consumer attitudes: An empirical study. *Information & Management*, 38(5), 299–306. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00072-0](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00072-0)

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Mulyana, Y. F. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.co.id)*. 2016.
- Nasution, N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. PT Ghalia Indonesia.
- Norhermaya, Y. A. (2016). *Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus Online Store Lazada.co.id)*.
- Nurrahmanto, et al. (2015). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com. *Feb Undip*, 20.
- Peslak, A. R. (2006). Internet Privacy Policies of the Largest International Companies in 2004 and 2006. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4(3), 46–62. <https://doi.org/10.4018/jeco.2006070103>
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i1.1094>
- Ramayah, T., & Ignatius, J. (2005). Impact of Perceived usefulness , Perceived ease of use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online. *ICFAI Journal of Systems Management (IJSM)*, 1–16. <http://ramayah.com/journalarticlespdf/impactpeu.pdf>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Offset.
- Sanjaya, W. (2009). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Kencana.
- Satyo, F. (2009). *Intellectual Capitas*. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputro, B. (2013). Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 182. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah, II*, 182–198.
- Situmorang, S. H., & Lutfi, M. (2011). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis* (2nd ed.). USU Press.
- Sukma, A. A. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui Social Networking Website. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–11.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Andi Offset.
- Szymanski, D. M., & Richard, T. H. (2000). E-satisfaction: An Initial Examination. *Journal of Retailing*, 76(3), 309–322. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S002243590000035X>
- Tanjung, J. K. (2016). *Peran Mediasi Kepercayaan Pada Pengaruh Kualitas Website, Perceived Benefits, E-Wom, Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Secaraz Online (Studi Pada Konsumen Lazada di Yogyakarta)*. 15(2), 1–23.
- Wibisaputra, A. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (Di PT. Candi Agung Pratama Semarang). *Universitas Diponegoro Semarang*.
- Williams, S. P. (2000). Expectations Versus Reality: A Snapshot of Consumer Experiences With Internet Retailing. *International Journal of Information Management*, 20(5), 323–336. [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(00\)00026-8](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(00)00026-8)



Lampiran 1

KUESIONER

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli
Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening*
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee
Di Kabupaten Mandailing Natal)

No.Responden:

Dengan hormat,

Saya Fery Halomoan, NPM 18.832.0105 mahasiswa fakultas ekonomi program studi manajemen universitas medan area dalam rangka menyelesaikan program S1 Manajemen universitas medan area melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)”.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karena itu dimohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sebenarnya. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah ini.

Atas kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

A. Petunjuk pengisian angket:

1. Berikanlah jawaban singkat pada bagian pertanyaan identitas responden yang membutuhkan jawaban tertulis saudara/i.
2. Berikanlah tanda checklist (√) pada kolom yang saudara/i anggap Setuju dengan jawaban pada saudara/i. Adapun makna tanda tersebut adalah.
 - a. STS : Sangat tidak setuju : skor 1
 - b. TS : Tidak setuju : skor 2
 - c. KP : Kurang Puas : skor 3
 - d. S : Setuju : skor 4
 - e. SS : Sangat setuju : skor 5

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Usia :
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Karyawan/PNS Wiraswasta
5. Jumlah Pendapatan : ≤ Rp. 3.000.000
 ≤ Rp. 5.000.000
 ≤ Rp. 10.000.000

C. Daftar Kuesioner

Kemudahan Penggunaan (X₁)

| No. | Pernyataan | Opsi | | | | |
|-----|--|------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | KP | S | SS |
| 1. | Aplikasi mudah untuk Dipelajari. | | | | | |
| 2. | Lokasi penjemputan dapat ditentukan oleh pengguna. | | | | | |
| 3. | Pengguna dapat memilih jenis jasa sesuai kebutuhan. | | | | | |
| 4. | Konten atau isi dalam aplikasi menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sehingga mudah dipahami. | | | | | |
| 5. | Aplikasi menyediakan informasi yang jelas tentang jasanya. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 6. | Aplikasi dapat digunakan kapan saja. | | | | | |
| 7. | Aplikasi dapat digunakan dimana saja | | | | | |
| 8. | Pemesanan melalui aplikasi mudah untuk dilakukan | | | | | |
| 9. | Pengguna dapat memberikan ulasan mengenai layanan produk dengan mudah | | | | | |

Keamanan(X₂)

| No. | Pernyataan | Opsi | | | | |
|-----|--|------|----|----|---|----|
| | | STS | TS | KP | S | SS |
| 1. | Identitas pengirim data teridentifikasi. | | | | | |
| 2. | Informasi yang diberikan sesuai dengan aslinya. | | | | | |
| 3. | Pelanggan memiliki password akun. | | | | | |
| 4. | Data pelanggan terjaga kerahasiaan. | | | | | |
| 5. | Shopee mampu menjamin kerahasiaan data dan informasi konsumen. | | | | | |
| 6. | Informasi tidak boleh diubah tanpa izin. | | | | | |
| 7. | Kejujuran pelanggan tentang data | | | | | |
| 8. | Informasi produk disampaikan dengan jelas. | | | | | |
| 9. | Ada perincian pengiriman produk. | | | | | |

Kepercayaan (Y)

| No. | Pernyataan | Ops | | | | |
|-----|--|-----|----|----|---|----|
| | | STS | TS | KP | S | SS |
| 1. | Shopee akan menyediakan produk yang dibutuhkan. | | | | | |
| 2. | Shopee memiliki kemampuan untuk menyediakan barang yang berkualitas tinggi. | | | | | |
| 3. | Shopee memiliki pengalaman dalam mengirimkan barang tepat waktu. | | | | | |
| 4. | Saya merasa puas dengan Shopee karena mampu memenuhi kebutuhan dan harapan saya. | | | | | |
| 5. | Shopee memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. | | | | | |
| 6. | Shopee akan memberikan kepuasan membeli produk kepada konsumennya. | | | | | |
| 7. | Shopee memiliki empati terhadap konsumen yang merasa dirugikan. | | | | | |
| 8. | <i>Service</i> Shopee yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. | | | | | |
| 9. | Shopee berkomitmen dalam meningkatkan kinerjanya. | | | | | |
| 10. | Shopee akan selalu melindungi reputasinya. | | | | | |

Minat Beli Ulang (Z)

| No. | Pernyataan | Ops | | | | |
|-----|--|-----|----|----|---|----|
| | | STS | TS | KP | S | SS |
| 1. | Konsumen akan membeli produk di Shopee karena adanya kebutuhan. | | | | | |
| 2. | Shopee dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk di situsnya. | | | | | |
| 3. | Shopee memiliki metode pembayaran yang banyak sehingga mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja. | | | | | |
| 4. | Setelah mencoba layanan di Shopee, Konsumen dorong untuk merekomendasikan kepada orang lain. | | | | | |
| 5. | Setelah melakukan transaksi, Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain. | | | | | |
| 6. | Konsumen akan merekomendasikan produk yang ada di Shopee kepada orang lain. | | | | | |
| 7. | Konsumen akan menjadikan Shopee sebagai alternatif utama untuk dibandingkan dengan situs lain. | | | | | |
| 8. | Konsumen lebih tertarik kepada Shopee dibanding dengan situs lainnya. | | | | | |
| 9. | Konsumen yakin membeli melalui situs Shopee adalah keputusan yang tepat. | | | | | |
| 10. | Konsumen akan mencari informasi terbaru tentang situs Shopee. | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|--|
| 11. | Konsumen akan mencari tahu tentang pengalaman orang lain yang menggunakan situs Shopee. | | | | | |
| 12. | Konsumen akan mencari tahu tentang promosi yang diberikan oleh Shopee. | | | | | |



Lampiran 2 : Hasil Uji Statistika

Deskripsi Responden menurut “Jenis Kelamin”

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|---------------|-----------------------------|----------------|
| Laki Laki | 64 | 32 |
| Wanita | 136 | 68 |
| Total | 200 | 100 |

Deskripsi Responden menurut “Usia”

| Usia | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|-------------------|-----------------------------|----------------|
| Di atas 40 tahun | 42 | 21 |
| 26 – 39 tahun | 74 | 37 |
| 18 – 25 tahun | 61 | 31 |
| Di bawah 17 tahun | 23 | 11 |
| Total | 200 | 100 |

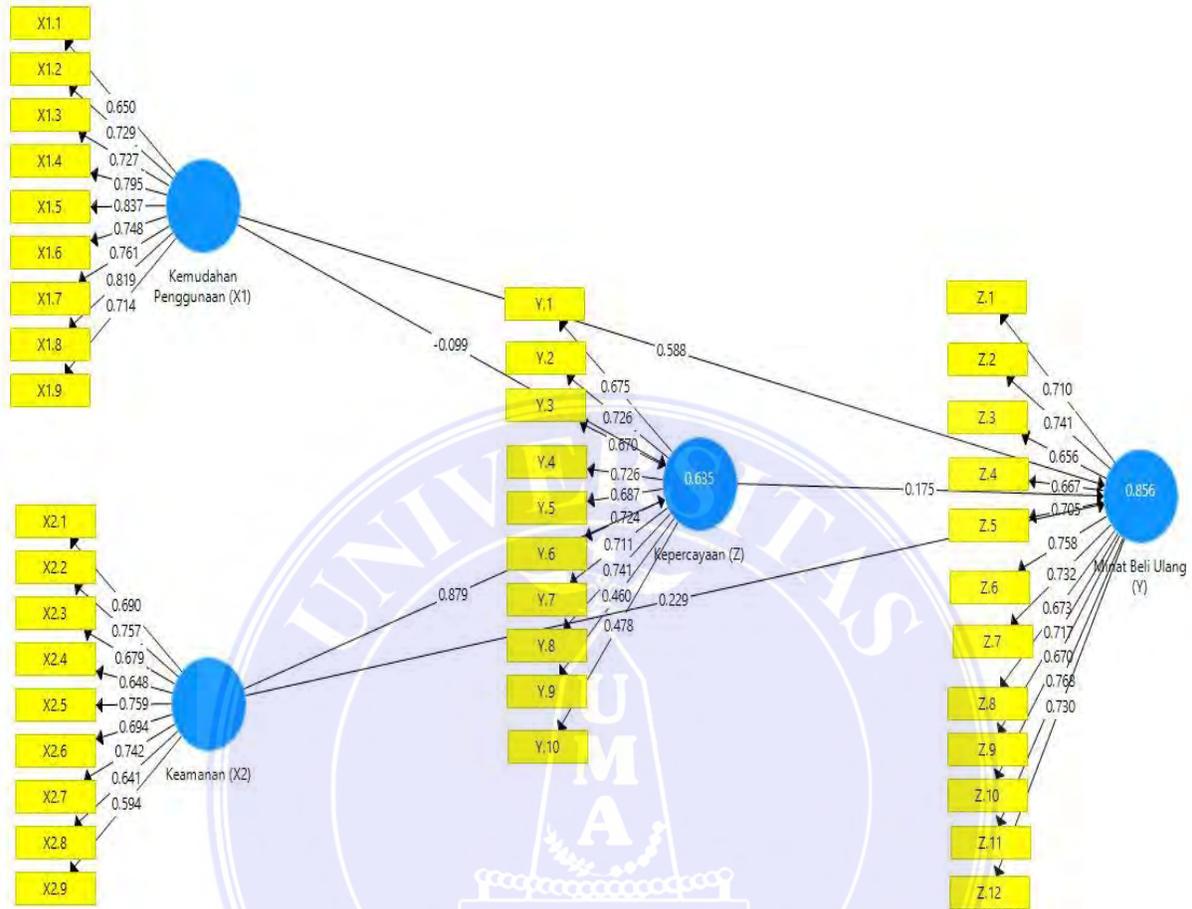
Deskripsi Responden menurut “Pekerjaan”

| Pekerjaan | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|------------------|-----------------------------|----------------|
| Karyawan / PNS | 108 | 54 |
| Kuliah / Pelajar | 54 | 27 |
| Wiraswasta | 38 | 19 |
| Total | 200 | 100 |

Deskripsi Responden menurut “Pendapatan”

| Pendapatan | Jumlah Responden (orang) | Persentase (%) |
|--------------|-----------------------------|----------------|
| < 3.000.000 | 104 | 52 |
| < 5.000.000 | 50 | 25 |
| < 10.000.000 | 46 | 23 |
| Total | 200 | 100 |

Analisa Jalur Penelitian



Data Outer Loading pada Kuesioner Penelitian

| | Kemudahan Penggunaan (X1) | Keamanan (X2) | Kepercayaan (Z) | Minat Beli ulang (Y) |
|------|---------------------------|---------------|-----------------|----------------------|
| X1.1 | 0.729 | | | |
| X1.2 | 0.786 | | | |
| X1.3 | 0.773 | | | |
| X1.4 | 0.817 | | | |
| X1.5 | 0.785 | | | |
| X1.6 | 0.746 | | | |

| | | | | |
|------|-------|-------|-------|-------|
| X1.7 | 0.815 | | | |
| X1.8 | 0.812 | | | |
| X1.9 | 0.770 | | | |
| X2.1 | | 0.824 | | |
| X2.2 | | 0.785 | | |
| X2.3 | | 0.770 | | |
| X2.4 | | 0.817 | | |
| X2.5 | | 0.728 | | |
| X2.6 | | 0.740 | | |
| X2.7 | | 0.783 | | |
| X2.8 | | 0.786 | | |
| X2.9 | | 0.773 | | |
| Z.1 | | | 0.818 | |
| Z.2 | | | 0.833 | |
| Z.3 | | | 0.796 | |
| Z.4 | | | 0.738 | |
| Z.5 | | | 0.770 | |
| Z.6 | | | 0.817 | |
| Z.7 | | | 0.728 | |
| Z.8 | | | 0.740 | |
| Z.9 | | | 0.783 | |
| Z.10 | | | 0.786 | |
| Z.11 | | | 0.770 | |
| Z.12 | | | 0.817 | |
| Y.1 | | | | 0.785 |
| Y.2 | | | | 0.746 |
| Y.3 | | | | 0.815 |

| | | | | |
|------|--|--|--|-------|
| Y.4 | | | | 0.812 |
| Y.5 | | | | 0.776 |
| Y.6 | | | | 0.728 |
| Y.7 | | | | 0.740 |
| Y.8 | | | | 0.783 |
| Y.9 | | | | 0.786 |
| Y.10 | | | | 0.783 |

Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Penelitian

| | Cronbach's Alpha | rho_A | Reliabilitas Komposit | Rata-rata Varians Diekstrak (AVE) |
|---------------------------|------------------|-------|-----------------------|-----------------------------------|
| Kemudahan penggunaan (X1) | 0.902 | 0.783 | 0.859 | 0.603 |
| Keamanan (X2) | 0.862 | 0.896 | 0.915 | 0.607 |
| Kepercayaan (Z) | 0.856 | 0.810 | 0.874 | 0.635 |
| Minat beli ulang (Y) | 0.911 | 0.848 | 0.890 | 0.619 |

Hasil Uji Determinasi

| | R Square | Adjusted R Square |
|---|----------|-------------------|
| Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan | 0.635 | 0.627 |
| Minat Beli Ulang | 0.856 | 0.852 |

Hasil Analisa Pengaruh Langsung

| | Sampel Asli (O) | Rata-rata Sampel (M) | Standar Deviasi (STDEV) | T Statistik (O/STDEV) | P Values |
|--|-----------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|----------|
| Kemudahan Penggunaan(X1) -> Kepercayaan (Z) | 0.065 | 0.067 | 0.08 | 2.823 | 0.011 |
| Keamanan(X2) -> Kepercayaan (Z) | 0.145 | 0.135 | 0.116 | 2.249 | 0.012 |
| Kemudahan Penggunaan(X1) -> Minat Beli Ulang (Y) | 0.537 | 0.04 | 0.067 | 2.545 | 0.046 |
| Keamanan(X2) -> Minat Beli Ulang (Y) | 0.022 | 0.216 | 0.064 | 3.462 | 0.010 |
| Kepercayaan(Z) -> Minat Beli Ulang (Y) | 0.159 | 0.154 | 0.077 | 2.056 | 0.040 |

Hasil Analisa Pengaruh Tidak Langsung

| | Sampel Asli (O) | Rata-rata Sampel (M) | Standar Deviasi (STDEV) | T Statistik (O/STDEV) | P Values |
|---|-----------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|----------|
| Kemudahan Penggunaan(X1) -> Kepercayaan (Z) -> Minat Beli ulang (Y) | 0.231 | 0.116 | 0.08 | 1.623 | 0.035 |
| Keamanan(X2) -> Kepercayaan (Z) -> Minat Beli ulang (Y) | 1.035 | 0.435 | 0.116 | 2.249 | 0.033 |

Lampiran 3 : Data Sample

| No | Data Hasil Penelitian Variabel Kemudahan Penggunaan (X1) | | | | | | | | | Data Hasil Penelitian Variabel Keamanan (X2) | | | | | | | | |
|----|---|------|------|------|------|------|------|------|------|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 |
| 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 6 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 12 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 13 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 17 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 20 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 21 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 22 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 25 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 27 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 29 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 31 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 33 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 37 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 |
| 38 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 43 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 44 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 |
| 45 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 47 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 49 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 53 | 2 | 2 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| 54 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 55 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 56 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 57 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 58 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 60 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 61 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 62 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 63 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 64 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 66 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 69 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 71 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 72 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 73 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 74 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 75 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 76 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 77 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 78 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 80 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 82 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 84 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 85 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 89 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 90 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 91 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 93 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 96 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 |
| 97 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 98 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 |
| 99 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 101 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 102 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 103 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 104 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 105 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 106 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 107 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 108 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 109 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 110 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 111 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 112 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 113 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 114 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 115 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 116 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 117 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 |
| 118 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 119 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 120 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 121 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 122 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 123 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 124 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 125 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 126 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 127 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 128 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 129 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 130 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 131 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 132 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 133 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 |
| 134 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 135 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 136 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 137 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 138 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 139 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 140 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 |
| 141 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 142 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 143 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 144 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 145 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 146 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 147 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 148 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 149 | 2 | 2 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 |
| 150 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 151 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 152 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 153 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 154 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 155 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 156 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 157 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 158 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 159 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 160 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 161 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 162 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 163 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 164 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 165 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 166 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 167 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 168 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 169 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 170 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 171 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 172 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 173 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 174 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| 175 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 176 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 177 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 178 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 |
| 179 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 180 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 181 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 182 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 183 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 184 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 185 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 186 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 187 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 |
| 188 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 189 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 190 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 191 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 192 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 |
| 193 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 194 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 |
| 195 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 196 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 197 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 198 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 199 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 200 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 |

| No | Data Hasil Penelitian Variabel Minat Beli Ulang (Y) | | | | | | | | | |
|----|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 | Y.9 | Y.10 |
| 1 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 |
| 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 |
| 8 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 11 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 12 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 13 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 14 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 15 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 5 | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 17 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 26 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 27 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 27 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 29 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 39 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 41 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 |
| 43 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 44 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 46 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 47 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 52 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 53 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 54 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| 55 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 58 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| 59 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 61 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 62 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 63 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 64 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 65 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 66 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 68 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 71 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 72 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 73 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 74 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 77 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 78 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 80 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 81 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 82 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 84 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 86 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 90 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 91 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 93 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 |
| 95 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 96 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 97 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 98 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 100 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 101 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 102 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 103 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 1 |
| 104 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 105 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 106 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 107 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 108 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 109 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 110 | 4 | 1 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 111 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 112 | 5 | 5 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 113 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 114 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 115 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 116 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| 117 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 118 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| 119 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 |
| 120 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 121 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 122 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 123 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 124 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 125 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 126 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 127 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 128 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 129 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 130 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 132 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 133 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 134 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 135 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 136 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 137 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 138 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 |
| 139 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 140 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 141 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 142 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 143 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 144 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 145 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 146 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 147 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 148 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 149 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 150 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 |
| 151 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 152 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 153 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 154 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 |
| 155 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 156 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 157 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 158 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 159 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 160 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 161 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| 162 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 163 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 164 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 165 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 166 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 167 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 168 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 169 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 170 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 171 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 172 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | 4 |
| 173 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 174 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 175 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 176 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 177 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 178 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 179 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 180 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 |
| 181 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 182 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 183 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 184 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 185 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 186 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 187 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 188 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 189 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 190 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 |
| 191 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 192 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 193 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 194 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 195 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 196 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 197 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 1 |
| 198 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 |
| 199 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 200 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |

| No | Data Hasil Penelitian Variabel Kepercayaan (Z) | | | | | | | | | | | |
|----|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|
| | Z.1 | Z.2 | Z.3 | Z.4 | Z.5 | Z.6 | Z.7 | Z.8 | Z.9 | Z.10 | Z.11 | Z.12 |
| 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 6 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 9 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 11 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 12 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 13 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 14 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 17 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 18 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 21 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 22 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 25 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 26 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 27 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 27 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 29 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 32 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 33 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 34 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 35 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 36 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 38 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 41 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 42 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 44 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 45 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 46 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 47 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 48 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 49 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 51 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 53 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 54 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 55 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 56 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 57 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 58 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 61 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 62 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 63 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 64 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 65 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 66 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 67 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 68 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 71 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 73 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 74 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 75 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 77 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 78 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 79 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 81 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 82 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 83 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 84 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 85 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 86 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 |
| 87 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 88 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 89 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 90 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 91 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 93 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 94 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 96 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 3 | 1 | 5 |
| 97 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 98 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 2 | 3 |
| 99 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 101 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 102 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 103 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 105 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 106 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 107 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 108 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 109 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 110 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 1 |
| 111 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 112 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 113 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 114 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 115 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 116 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 117 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 118 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 119 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 120 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 121 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 122 | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 123 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 124 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 125 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 126 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 127 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 128 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 129 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 130 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 131 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 132 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 133 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 134 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 135 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 136 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 137 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 138 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 139 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 140 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 141 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 142 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 143 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 144 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 145 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 146 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 147 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 148 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 149 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 150 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 151 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 152 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 153 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 154 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 155 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 156 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 157 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| 158 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 159 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 160 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 161 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 162 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 163 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 164 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 |
| 165 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 166 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 167 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 168 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 169 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 170 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 171 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 172 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 173 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 174 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 |
| 175 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 176 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 177 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 178 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 179 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 180 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 181 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 182 | 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 |
| 183 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 184 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 185 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 186 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 187 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 188 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 189 | 1 | 1 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 190 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 191 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 192 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 3 | 1 | 5 |
| 193 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 194 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 5 | 2 | 3 |
| 195 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 196 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 |
| 197 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 198 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 199 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 200 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
 Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1640 /832/01.1/ XII / 2021 21 Desember 2021
 Lamp. :
 Perihal : Izin Research / Survey

Kepada, Yth
 Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan,
 mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : FERY HALOMOAN
 N P M : 188320105
 Program Studi : Manajemen
 Judul : **Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Mandailing Natal)**

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Dekan Bid. Akademik
Sari Nuzullina, SE, M.ACC, Ak

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL
KECAMATAN LINGGA BAYU
JL. PENDIDIKAN NO. SIMPANGGAMBIR

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 475 / *rb* / LB / 2022

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SAIPUDDIN, S.Sos
 NIP : 19670902 198803 1 003
 Jabatan : Camat Lingga Bayu

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : FERY HALOMOAN
 NIM : 188320105
 Fakultas : Ekonomi
 Jurusan : Manajemen
 Universitas : Medan Area

Telah selesai melakukan penelitian di Kelurahan Simpanggambir Kecamatan Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 12 Januari 2022 s/d 12 Februari 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNANAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KABUPATEN MANDAILING NATAL”**.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Dikeluarkan di: Simpanggambir

Pada Tanggal : Mei 2022



SAIPUDDIN, S.Sos

PEMBINA TK.I

NIP. 19670902 198803 1 003