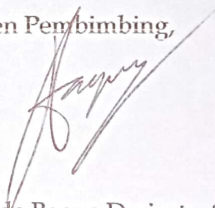


LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 4 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



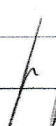



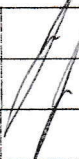

I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

NPP:1109598/DY

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Anis Zamrotun Nisah
2. NIM : 151500144
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 22 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Konsumen Persepsi Risiko dan Keamanan Transaksi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Shopee di Kecamatan Driyorejo Gresik
6. Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
7. Konsultasi:

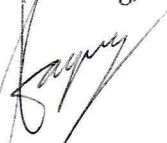
No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1.	22 Oktober 2018		ACC Konsep Penelitian
2.	17 Desember 2018		BAB I Revisi
3.	20 Desember 2018		BAB I ACC
4.	07 Januari 2019		BAB II Revisi
5.	09 Januari 2019		BAB II Revisi
6.	24 Januari 2019		BAB II ACC
7.	28 Januari 2019		BAB III Revisi
8.	20 Februari 2019		BAB III ACC
9.	13 Mei 2019		BAB IV Revisi

10.	20 Mei 2019		BAB IV ACC
11.	27 Mei 2019		BAB V Revisi
12.	04 Juli 2019		BAB V dan Artikel ACC

1. Tanggal selesai menulis skripsi : 04 Juli 2019
2. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 04 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

NPP:1109598/DY

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. Nama Mahasiswa | : Anis Zamrotun Nisah |
| 2. NIM | : 151500144 |
| 3. Program Studi | : Manajemen |
| 4. Judul Skripsi | : Pengaruh Kepercayaan
Konsumen, Persepsi Risiko
dan Keamanan Transaksi
Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Situs Jual
Beli Online Shopee di
Kecamatan Driyorejo Gresik |
| 5. Tanggal Ujian Skripsi | : 26 Juli 2019 |
| 6. Penguji | : 1. Dr. Untung Lasiyono, S.E., M.Si.
2. Widhayani Puri S., S.Sos., S.E., M.SM. |

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1.	8/8/2019	Revisi Definisi Operasional		
2.	9/8/2019	ACC Definisi Operasional		
3.	5/8/2019	Latar Belakang		
4.	5/8/2019	Kriteria Sampel		
5.	5/8/2019	Teknik Penentuan Jumlah Sampel		
6.	5/8/2019	Pendistribusian Kuesioner		
7.	5/8/2019	Definisi Operasional		

Mengetahui,
Dosen Penguji I

Dosen Penguji II



Dr. Untung Lasiyono, S.E., M.Si.
NPP: 9102331/DY

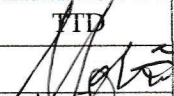
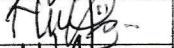

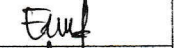
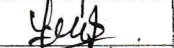



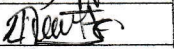
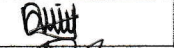
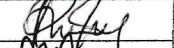
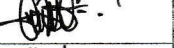
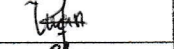

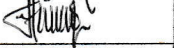



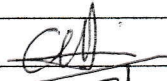
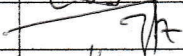



Widhayani Puri S., S.Sos., S.E., M.SM.
NPP: 1507733/DY

**DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL
PENELITIAN**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI
RISIKO DAN KEAMANAN TRANSAKSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE
SHOPEE DI KECAMATAN DRIYOREJO GRESIK**

Nama : Anis Zamrotun Nisah
Program Studi/ Angkatan : Manajemen/ 2015
NIM : 151500144

No.	NIM	NAMA	TID
1.	151500149	Moch. Kham T. H	
2.	151500083	Pohma Ika Arvianita	
3.	15-150-0246	Wiwik Sugianti	
4.	15-150-0020	Elma Zubaida	
5.	151500223	Fitria Fitri Anggrani	
6.	151500036	Tia Octaviani	
7.	151500176	Meita Fitriana	
8.	151500035	Indah Retno P.	
9.	151500202	Muhaini E.	
10.	151500048	Dani Alip K	
11.	151500135	BACHRUL ANAM	
12.	151500194	Citra Hayuningrat	
13.	151500133	Sholifah Iman Sari	
14.	151500146	Fitri Noer Ariyanti	
15.	151500208	Afdiatul Inayah	
16.	151500076	Primanda Dany A.	

17.	15-150-0198	Mochandika	
18.	15-150-0095	Amam Putra	
19.	15-150-0027	Ella Nouri W	
20.	15-150-0188	Ajeng Selhar W	
21.	15 150 0250	Lima Wachyu	
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			

Surabaya, 25 Februari 2019

Dosen Pembimbing,


I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

NPP : 1109598/DY

Nama : Anis Zamrotun Nisah

NIM : 151500144

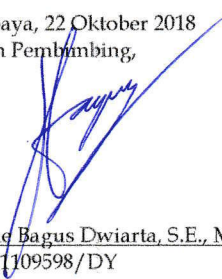
Judul : Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Persepsi Risiko dan Keamanan Transaksi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Shopee di Kecamatan Driyorejo Gresik

Permasalahan	Konsep	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel	Hipotesis Penelitian	Populasi dan Sampel	Metode Pengumpulan Data	Metode Analisis Data	Daftar Pustaka
1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli online shopee? 2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat beli konsumen	<ul style="list-style-type: none">Kepercayaan konsumen adalah kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. (Mayer et al. dalam Yusnidar,	Variabel Bebas : 1. Kepercayaan Konsumen (X_1) 2. Persepsi Risiko (X_2) 3. Keamanan Transaksi (X_3) Variabel Terikat : Minat Beli (Y)	<ul style="list-style-type: none">Kepercayaan konsumen memiliki arti bahwa pembeli percaya terhadap kemampuan penjual online dalam memenuhi harapan konsumen dan memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen. Indikator: - <i>Ability</i> (kemampuan) - <i>Benevolence</i> (kebaikan hati) - <i>Integrity</i> (integritas)Persepsi risiko diartikan sebagai ketidakpastian yang	H_1 : Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli online shopee. H_2 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap	Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang pernah melakukan pembelian produk secara online melalui situs shopee di	Kuesioner	Metode analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda : 1. Uji Validitas 2. Uji Reliabilitas 3. Analisis Statistik Deskriptif 4. Uji Asumsi Klasik	Ghozali, Imam. 2011. <i>Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 15</i> . Semarang: Universitas Diponegoro. Kotler, Philip. 2009. <i>Manajemen Pemasaran Edisi 13</i> .


<p>pada situs jual beli online shopee?</p> <p>3. Apakah keamanan transaksi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli online shopee?</p> <p>4. Apakah kepercayaan konsumen, persepsi risiko dan keamanan transaksi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli</p>	<p>2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi risiko merupakan ketidakpastian yang dihadapi para konsumen jika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi keputusan pembelian mereka. Tingginya risiko yang dipersepsikan konsumen diduga menyebabkan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap penyedia layanan jual beli online sehingga dapat mengurangi minat beli mereka secara online. (Schiffman dan Kanuk, 2008). • Keamanan adalah kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjaminan keamanan 		<p>dihadapi oleh konsumen yang merupakan konsekuensi dari transaksi yang dilakukan secara online.</p> <p>Indikator:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Risiko produk -Risiko transaksi -Risiko psikologis <ul style="list-style-type: none"> • Keamanan transaksi merupakan kemampuan toko online dalam menjaga keamanan informasi dan data pribadi konsumen saat melakukan transaksi online. <p>Indikator :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kerahasiaan/privasi -Pengelolaan data pribadi -Keyakinan akan jaminan,keamanan <ul style="list-style-type: none"> • Minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan sikap individu yang timbul karena 	<p>minat beli konsumen pada situs jual beli online shopee.</p> <p>H₃ : Keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada situs jual beli online shopee.</p> <p>H₄ : Kepercayaan konsumen, persepsi risiko dan keamanan transaksi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli</p>	<p>Kecamatan Driyorejo, Gresik dengan sampel berjumlah 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>non probability sampling</i> dengan metode <i>purposive sampling</i>.</p>		<p>5. Analisis Regresi Berganda</p> <p>6. Pengujian, Hipotesis</p>	<p>Jakarta: Erlangga.</p> <p>Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. 2008. <i>Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh</i>. Jakarta: Indeks.</p> <p>Yusnidar, Samsir dan Sri Restuti. 2014. <i>Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online di Kota Pekanbaru</i>.</p>
---	---	--	---	---	--	--	--	--

online shopee?	<p>atas transaksi data. (Raman Arasu dan Viswanathan A., 2011).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat beli merupakan suatu keinginan yang muncul dari dalam diri seorang atau yang diberikan dari seorang pencetus dalam keputusan pembelian, dimana orang tersebut yang pertama kali mengusulkan gagasan kepada orang lain untuk membeli suatu produk atau jasa. (Kotler dan Keller, 2009). 		mendapat rangsangan ketertarikan akan suatu produk dan muncul keinginan untuk memiliki produk tersebut. Indikator: -Minat transaksional -Minat referensial -Minat preferensial -Minat eksploratif	konsumen pada situs jual beli online shopee.			<i>Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan</i> , 4 (12).
----------------	--	--	--	--	--	--	--

Surabaya, 22 Oktober 2018
Dosen Pembimbing,


I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.
NPP: 1109598/DY

Peneliti/Mahasiswa


Anis Zamrotun Nisah
NIM: 151500144

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/I

Saya Anis Zamrotun Nisah (151500144), mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul "PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PERSEPSI RISIKO DAN KEAMANAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE SHOPEE DI KECAMATAN DRIYOREJO GRESIK". Jika anda pengguna situs shopee yang berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian produk di situs shopee minimal satu kali, dengan ini saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi yang sedang saya lakukan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Anis Zamrotun Nisah

I. Identitas Responden

1. Nama _____ :
2. Usia
 - < 20 tahun
 - 21 - 25 tahun
 - 26 - 35 tahun
 - > 35 tahun
3. Berapa lama anda menggunakan internet dalam sehari?
(semua aktifitas yang menggunakan internet seperti *chatting, browsing, dll*).
 - < 3 Jam
 - 3 - 5 Jam
 - > 5 Jam
4. Berapa kali anda melakukan transaksi pembelian produk secara online pada situs shopee?
 - 1 kali
 - lebih dari 1 kali
5. Produk apa yang sering anda beli secara online pada situs shopee?
 - Fashion
 - Kecantikan
 - Gadget & Elektronik
 - Peralatan Rumah Tangga
 - Lain-lain :

II. Pertanyaan Penelitian

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Kepercayaan Konsumen (X_1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Ability / Kemampuan</i>						
1.	Saya merasa penjual di situs shopee memiliki kemampuan untuk menyediakan produk berkualitas untuk pelanggan					
2.	Saya merasa penjual di situs shopee mempunyai pengalaman sehingga mampu mengirimkan barang tepat pada waktunya					
3.	Saya percaya bahwa penjual di situs shopee mampu menepati janji dan komitmennya					
<i>Benevolence / Kebaikan Hati</i>						
4.	Saya merasa penjual di situs shopee memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya					
5.	Saya merasa penjual di situs shopee akan melakukan yang					

	terbaik untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya					
Integrity / Integritas						
6.	Saya percaya bahwa penjual di situs shopee akan memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggannya					
7.	Saya percaya bahwa penjual di situs shopee memenuhi tanggungjawabnya terhadap pelanggan					
8.	Saya merasa penjual di situs shopee akan menjaga reputasi tokonya					

Persepsi Risiko (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Risiko Produk						
1.	Saya merasa khawatir dengan kualitas produk yang dijual di situs shopee					
2.	Saya merasa takut jika barang yang saya terima tidak sesuai dengan deskripsi produk di situs shopee					
Risiko Transaksi						
3.	Saya merasa akan beresiko seandainya saya melakukan transaksi di situs shopee					
4.	Saya merasa memiliki risiko menjadi korban penipuan apabila melakukan pembelian di situs shopee					
Risiko Psikologis						
5.	Saya merasa terlalu banyak					

	ketidakpastian apabila melakukan pembelian produk di situs shopee					
6.	Saya merasa situs shopee menyediakan informasi yang menimbulkan banyak permasalahan yang tak diduga					

Keamanan Transaksi (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Kerahasiaan / Privasi						
1.	Saya merasa aman apabila membagi informasi pribadi kepada situs shopee					
2.	Saya merasa situs shopee dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi yang saya berikan					
Pengelolaan Data Pribadi						
3.	Saya merasa seandainya mengirim informasi pribadi ke situs shopee, dan yakin data tersebut tidak akan diubah oleh pihak ketiga					
4.	Saya merasa aman dan yakin informasi pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak ketiga					
Keyakinan akan Jaminan Keamanan						
5.	Saya merasa situs shopee memberikan keamanan online yang cukup					
6.	Saya merasa transaksi online di situs shopee dilindungi					

7.	Saya merasa sistem pembayaran di situs shopee aman					
----	--	--	--	--	--	--

Minat Beli (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Minat Transaksional						
1.	Saya berminat membeli produk melalui situs shopee					
2.	Saya lebih memilih membeli produk di situs shopee dibanding situs lainnya					
Minat Referensial						
3.	Saya akan mereferensikan situs shopee kepada orang lain yang akan membeli produk secara online					
4.	Saya akan merekomendasikan situs shopee kepada orang lain yang ingin berbelanja online					
Minat Preferensial						
5.	Saya lebih memilih berbelanja di situs shopee dibandingkan dengan tempat lain					
6.	Saya akan menjadikan shopee sebagai pilihan pertama saat akan berbelanja online					
Minat Eksploratif						
7.	Saya mencari informasi mengenai produk yang saya minati pada situs shopee					
8.	Saya akan mencari tahu tentang pengalaman berbelanja di situs shopee melalui teman dan kerabat yang menggunakan shopee					

Res_30	4	4	5	4	5	4	5	4	35
Res_31	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Res_32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_33	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Res_34	4	4	4	4	5	4	4	5	34
Res_35	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Res_36	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Res_37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_39	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Res_40	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Res_41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_48	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Res_49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_50	4	5	4	4	5	5	4	5	36
Res_51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_52	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_53	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res_54	3	4	4	4	4	4	4	4	31
Res_55	5	4	5	5	4	4	4	5	36
Res_56	4	3	4	4	3	4	3	5	30
Res_57	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Res_58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_59	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Res_60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_61	5	5	4	5	4	4	4	5	36
Res_62	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Res_63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_64	4	4	4	4	4	3	4	4	31

Res_65	4	4	4	3	4	4	3	4	30
Res_66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_67	4	4	4	4	5	5	4	5	35
Res_68	4	3	3	4	4	4	4	3	29
Res_69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_71	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Res_72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_73	4	3	4	4	4	4	4	5	32
Res_74	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_75	4	4	5	4	5	5	4	4	35
Res_76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_78	4	5	4	4	4	4	5	5	35
Res_79	4	5	5	5	5	4	5	5	38
Res_80	5	3	5	5	5	5	5	5	38
Res_81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_82	4	4	4	4	4	3	4	5	32
Res_83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_85	3	3	3	4	4	4	4	4	29
Res_86	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_87	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_88	4	4	5	5	4	4	4	4	34
Res_89	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Res_90	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_92	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res_93	4	3	3	5	4	5	3	4	31
Res_94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_97	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_98	5	4	4	4	5	4	5	5	36
Res_99	4	3	3	4	3	4	4	4	29

Res_100	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_101	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_102	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_104	4	4	5	4	4	4	4	5	34
Res_105	5	4	4	4	5	4	5	4	35
Res_106	5	4	4	4	4	4	5	5	35
Res_107	3	3	4	4	4	4	4	4	30
Res_108	4	4	4	5	5	4	4	5	35
Res_109	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_111	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_112	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_113	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Res_114	4	4	3	4	4	3	4	4	30
Res_115	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_116	3	4	4	4	4	3	4	3	29
Res_117	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Res_118	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_119	4	4	3	3	4	4	4	4	30
Res_120	5	5	4	4	5	5	4	4	36

Variabel X2 (Persepsi Risiko)

	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Skor
Res_1	3	3	3	3	3	3	18
Res_2	2	2	3	3	4	4	18
Res_3	3	3	3	4	4	4	21
Res_4	3	2	2	3	3	3	16
Res_5	2	2	2	2	2	2	12
Res_6	3	2	2	4	3	3	17
Res_7	2	2	2	2	2	2	12
Res_8	3	3	3	3	3	3	18
Res_9	2	4	3	5	2	4	20
Res_10	2	2	2	3	3	3	15
Res_11	2	2	2	4	3	3	16
Res_12	3	4	5	5	5	5	27
Res_13	2	4	4	2	2	2	16
Res_14	2	2	3	4	4	4	19
Res_15	2	2	2	2	2	2	12
Res_16	3	2	4	4	3	3	19
Res_17	2	2	4	4	3	5	20
Res_18	2	4	4	4	2	2	18
Res_19	4	4	4	3	2	3	20
Res_20	2	2	4	4	3	4	19
Res_21	3	2	4	4	4	3	20
Res_22	3	3	4	3	4	3	20
Res_23	4	4	4	4	4	4	24
Res_24	3	3	3	4	3	3	19
Res_25	3	3	4	5	3	4	22
Res_26	4	4	2	3	3	3	19
Res_27	2	2	2	2	2	2	12
Res_28	2	2	3	3	2	3	15
Res_29	2	2	2	2	2	2	12
Res_30	4	2	3	3	3	3	18
Res_31	3	4	4	4	3	3	21
Res_32	3	3	3	4	3	4	20

Res_33	2	2	2	4	3	3	16
Res_34	2	2	2	3	3	3	15
Res_35	2	2	2	3	3	3	15
Res_36	2	2	2	2	2	2	12
Res_37	2	2	2	2	2	2	12
Res_38	2	2	2	2	2	2	12
Res_39	2	2	2	2	2	2	12
Res_40	4	4	3	2	3	4	20
Res_41	3	3	4	4	3	3	20
Res_42	2	1	1	3	2	3	12
Res_43	2	2	2	2	2	2	12
Res_44	4	2	3	4	4	3	20
Res_45	4	4	4	4	4	4	24
Res_46	3	2	3	3	3	4	18
Res_47	3	2	3	3	3	3	17
Res_48	3	2	3	4	4	3	19
Res_49	2	2	3	3	3	3	16
Res_50	2	1	3	4	3	5	18
Res_51	3	2	3	3	2	3	16
Res_52	3	4	4	4	4	4	23
Res_53	4	4	3	2	4	5	22
Res_54	4	4	4	2	3	3	20
Res_55	3	2	3	3	3	4	18
Res_56	2	2	4	3	3	4	18
Res_57	2	4	4	2	4	5	21
Res_58	2	2	2	2	2	2	12
Res_59	2	4	3	4	2	4	19
Res_60	3	2	3	3	3	3	17
Res_61	5	5	5	5	5	5	30
Res_62	2	2	3	2	3	3	15
Res_63	2	2	2	2	3	3	14
Res_64	2	2	3	3	3	4	17
Res_65	4	4	4	3	3	3	21
Res_66	3	2	3	3	3	2	16
Res_67	4	4	2	2	3	2	17

Res_68	2	2	2	3	2	2	13
Res_69	3	2	3	3	3	3	17
Res_70	2	2	3	3	3	3	16
Res_71	3	4	3	2	2	3	17
Res_72	2	2	2	2	2	2	12
Res_73	3	2	3	4	3	3	18
Res_74	3	3	5	5	5	5	26
Res_75	2	4	2	4	4	4	20
Res_76	2	2	3	4	4	4	19
Res_77	3	2	3	3	3	3	17
Res_78	3	5	3	3	3	3	20
Res_79	4	4	4	5	4	4	25
Res_80	4	4	5	5	5	5	28
Res_81	3	3	4	4	3	4	21
Res_82	2	1	4	4	3	2	16
Res_83	3	3	3	3	3	3	18
Res_84	4	4	3	3	3	3	20
Res_85	2	2	2	3	2	3	14
Res_86	3	3	3	3	3	3	18
Res_87	3	3	3	3	4	4	20
Res_88	2	2	2	2	3	3	14
Res_89	2	2	3	3	3	3	16
Res_90	2	4	3	2	4	3	18
Res_91	2	4	2	4	2	4	18
Res_92	2	4	3	2	2	3	16
Res_93	2	4	4	4	4	4	22
Res_94	2	2	3	3	3	3	16
Res_95	4	3	3	4	5	4	23
Res_96	3	3	3	4	4	3	20
Res_97	3	4	3	4	4	3	21
Res_98	3	3	3	4	3	3	19
Res_99	2	2	3	4	3	3	17
Res_100	2	2	2	2	2	2	12
Res_101	2	2	2	3	3	3	15
Res_102	3	2	4	4	4	4	21

Res_103	2	2	3	3	3	3	16
Res_104	3	4	2	2	2	2	15
Res_105	2	2	2	3	3	3	15
Res_106	2	4	2	3	3	4	18
Res_107	3	2	3	3	3	3	17
Res_108	4	4	3	3	4	2	20
Res_109	2	2	3	3	3	3	16
Res_110	2	2	3	4	3	4	18
Res_111	4	2	4	4	3	3	20
Res_112	3	5	5	4	4	3	24
Res_113	3	2	3	3	3	3	17
Res_114	2	3	4	4	2	2	17
Res_115	3	2	3	2	3	2	15
Res_116	3	2	4	4	4	4	21
Res_117	2	4	2	2	4	3	17
Res_118	2	2	2	2	3	4	15
Res_119	2	4	3	4	3	3	19
Res_120	2	4	2	4	4	3	19

Variabel X3 (Keamanan Transaksi)

	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	Skor
Res_1	3	4	3	3	3	3	3	22
Res_2	3	3	4	4	4	4	4	26
Res_3	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_4	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_5	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_6	4	5	4	4	4	5	5	31
Res_7	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_8	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_9	3	3	3	3	4	4	5	25
Res_10	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_11	3	4	4	4	4	5	5	29
Res_12	4	4	4	5	5	5	5	32
Res_13	3	4	4	4	4	4	4	27
Res_14	4	4	3	3	4	4	4	26
Res_15	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_16	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_17	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_18	4	4	3	4	4	4	4	27
Res_19	3	3	3	3	4	4	4	24
Res_20	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_21	4	4	4	3	4	5	5	29
Res_22	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_23	3	3	3	4	5	5	5	28
Res_24	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_25	4	4	5	4	4	4	4	29
Res_26	5	5	5	5	4	4	5	33
Res_27	4	4	4	4	4	4	5	29
Res_28	4	4	4	4	3	4	4	27
Res_29	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_30	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_31	4	3	5	4	4	4	4	28
Res_32	4	5	5	4	5	4	5	32

Res_33	3	3	3	3	4	4	4	24
Res_34	3	4	4	4	4	4	4	27
Res_35	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_36	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_37	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_38	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_39	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_40	3	4	3	5	5	5	5	30
Res_41	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_42	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_43	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_44	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_45	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_46	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_47	3	4	5	3	4	5	5	29
Res_48	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_49	3	3	3	3	4	4	4	24
Res_50	3	4	5	4	4	5	5	30
Res_51	5	5	5	5	5	5	5	35
Res_52	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_53	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_54	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_55	4	3	4	4	4	5	5	29
Res_56	3	3	3	3	4	4	4	24
Res_57	4	4	4	4	4	5	5	30
Res_58	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_59	5	4	4	4	4	4	5	30
Res_60	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_61	4	4	4	4	4	5	4	29
Res_62	4	3	4	3	4	3	3	24
Res_63	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_64	4	4	3	3	4	4	4	26
Res_65	4	4	3	3	4	4	4	26
Res_66	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_67	4	4	4	4	4	4	4	28

Res_68	3	4	3	3	3	3	3	22
Res_69	3	4	4	4	4	4	4	27
Res_70	3	4	4	4	4	4	4	27
Res_71	3	3	3	3	3	4	4	23
Res_72	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_73	3	3	4	4	4	4	5	27
Res_74	4	5	5	4	5	5	5	33
Res_75	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_76	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_77	3	3	3	3	3	3	3	21
Res_78	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_79	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_80	5	5	5	5	5	5	5	35
Res_81	3	4	4	4	4	4	4	27
Res_82	5	4	5	5	5	4	4	32
Res_83	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_84	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_85	5	4	4	4	4	4	4	29
Res_86	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_87	5	5	5	5	5	5	5	35
Res_88	4	4	3	4	4	4	4	27
Res_89	5	3	3	5	4	4	4	28
Res_90	4	4	3	4	4	4	4	27
Res_91	3	4	3	3	3	3	3	22
Res_92	4	4	4	4	4	4	5	29
Res_93	4	4	4	4	4	4	5	29
Res_94	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_95	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_96	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_97	4	4	5	4	4	4	4	29
Res_98	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_99	5	3	3	3	4	4	4	26
Res_100	3	3	3	3	3	4	4	23
Res_101	4	3	4	4	3	4	4	26
Res_102	3	3	3	3	4	4	4	24

Res_103	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_104	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_105	4	5	4	4	4	5	5	31
Res_106	3	4	4	4	4	4	4	27
Res_107	5	4	4	4	4	4	4	29
Res_108	5	4	4	4	4	5	5	31
Res_109	3	3	3	3	3	3	4	22
Res_110	3	3	4	4	4	4	4	26
Res_111	3	3	5	5	3	3	3	25
Res_112	5	4	4	4	4	4	4	29
Res_113	4	4	4	4	4	5	4	29
Res_114	4	4	4	4	4	5	4	29
Res_115	5	4	5	5	5	5	5	34
Res_116	5	4	4	4	3	4	4	28
Res_117	4	4	4	3	4	5	4	28
Res_118	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_119	4	4	4	4	4	4	4	28
Res_120	4	4	4	4	4	4	4	28

Res_33	5	4	3	5	3	3	3	3	29
Res_34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_38	4	4	5	5	3	3	4	4	32
Res_39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_40	5	4	4	5	5	4	4	5	36
Res_41	4	4	4	4	3	4	3	3	29
Res_42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_45	5	5	4	4	3	4	4	3	32
Res_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_48	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_50	4	4	4	4	5	4	5	4	34
Res_51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_54	5	4	5	5	4	5	4	4	36
Res_55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_56	4	3	4	4	3	4	3	3	28
Res_57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res_58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_59	5	5	4	5	4	4	5	4	36
Res_60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_61	5	5	4	5	4	4	5	4	36
Res_62	4	5	4	4	5	4	5	5	36
Res_63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_66	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Res_67	4	5	3	4	4	3	5	4	32

Data Karakteristik Responden

	Usia	Penggunaan Internet	Frekuensi Transaksi	Pembelian Produk
Res_1	21 - 25 tahun	< 3 jam	1 kali	Gadget & Elektronik
Res_2	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_3	26 - 35 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_4	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_5	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Fashion
Res_6	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Gadget & Elektronik
Res_7	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_8	26 - 35 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_9	21 - 25 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_10	26 - 35 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_11	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_12	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_13	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_14	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_15	< 20 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Fashion

Res_16	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_17	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_18	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_19	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_20	26 - 35 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_21	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_22	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_23	21 - 25 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_24	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_25	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_26	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_27	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_28	21 - 25 tahun	< 3 jam	1 kali	Fashion
Res_29	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_30	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Fashion
Res_31	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_32	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_33	26 - 35	< 3 jam	1 kali	Fashion

	tahun			
Res_34	< 20 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_35	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Fashion
Res_36	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Peralatan Rumah Tangga
Res_37	< 20 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_38	< 20 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_39	< 20 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_40	26 - 35 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_41	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Gadget & Elektronik
Res_42	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_43	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_44	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_45	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_46	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_47	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Kecantikan
Res_48	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_49	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_50	21 - 25	3 - 5 jam	lebih dari	Gadget &

	tahun		1 kali	Elektronik
Res_51	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_52	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_53	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_54	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_55	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_56	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_57	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_58	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Gadget & Elektronik
Res_59	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_60	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_61	< 20 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_62	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_63	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_64	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_65	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_66	< 20 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_67	21 - 25 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik

Res_68	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_69	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_70	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_71	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_72	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_73	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_74	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_75	21 - 25 tahun	< 3 jam	1 kali	Fashion
Res_76	21 - 25 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_77	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_78	21 - 25 tahun	> 5 jam	1 kali	Fashion
Res_79	< 20 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_80	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_81	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_82	26 - 35 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_83	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_84	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_85	21 - 25	> 5 jam	lebih dari	Fashion

	tahun		1 kali	
Res_86	21 - 25 tahun	< 3 jam	1 kali	Fashion
Res_87	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Peralatan Rumah Tangga
Res_88	21 - 25 tahun	< 3 jam	1 kali	Lain-lain
Res_89	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_90	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_91	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_92	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_93	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_94	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_95	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_96	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_97	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_98	26 - 35 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_99	< 20 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_100	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_101	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_102	21 - 25	3 - 5 jam	lebih dari	Kecantikan

	tahun		1 kali	
Res_103	26 - 35 tahun	< 3 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_104	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_105	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_106	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_107	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_108	26 - 35 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_109	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_110	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Gadget & Elektronik
Res_111	< 20 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_112	< 20 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_113	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_114	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_115	26 - 35 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_116	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
Res_117	21 - 25 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Kecantikan
Res_118	< 20 tahun	3 - 5 jam	1 kali	Fashion
Res_119	< 20 tahun	> 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion

Res_120	21 - 25 tahun	3 - 5 jam	lebih dari 1 kali	Fashion
---------	------------------	-----------	----------------------	---------

OUTPUT SPSS

Uji Validitas dan Reabilitas

1. Kepercayaan konsumen

		Correlations								Kepercayaan_Konsumen
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	
Q1	Pearson Correlation	1	,332**	,351**	,375**	,343**	,379**	,445**	,423**	,695**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q2	Pearson Correlation	,332**	1	,389**	,192*	,328**	,181*	,298**	,226*	,575**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,035	,000	,048	,001	,013	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q3	Pearson Correlation	,351**	,389**	1	,406**	,424**	,314**	,374**	,303**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q4	Pearson Correlation	,375**	,192*	,406**	1	,411**	,287**	,289**	,311**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,000	,035	,000		,000	,002	,001	,001	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q5	Pearson Correlation	,343**	,328**	,424**	,411**	1	,420**	,483**	,341**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q6	Pearson Correlation	,379**	,181*	,314**	,287**	,420**	1	,243**	,233*	,584**
	Sig. (2-tailed)	,000	,048	,000	,002	,000		,008	,010	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q7	Pearson Correlation	,445**	,298**	,374**	,289**	,483**	,243**	1	,377**	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,001	,000	,008		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q8	Pearson Correlation	,423**	,226*	,303**	,311**	,341**	,233*	,377**	1	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013	,001	,001	,000	,010	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Kepercayaan_Konsumen	Pearson Correlation	,695**	,575**	,702**	,620**	,714**	,584**	,663**	,635**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	8

2. Persepsi Risiko

		Correlations						
		Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Persepsi Risiko
Q9	Pearson Correlation	1	,430**	,446**	,253**	,438**	,226*	,641**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,005	,000	,013	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Q10	Pearson Correlation	,430**	1	,375**	,183*	,297**	,249**	,617**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,045	,001	,006	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Q11	Pearson Correlation	,446**	,375**	1	,555**	,507**	,475**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Q12	Pearson Correlation	,253**	,183*	,555**	1	,513**	,538**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,005	,045	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Q13	Pearson Correlation	,438**	,297**	,507**	,513**	1	,620**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Q14	Pearson Correlation	,226*	,249**	,475**	,538**	,620**	1	,724**
	Sig. (2-tailed)	,013	,006	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
Persepsi_Risiko	Pearson Correlation	,641**	,617**	,788**	,715**	,779**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	6

3. Keamanan Transaksi

		Correlations							
		Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Keamanan_Transaksi
Q15	Pearson Correlation	1	,464**	,390**	,480**	,340**	,234*	,215*	,653**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,010	,019	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Q16	Pearson Correlation	,464**	1	,506**	,445**	,411**	,353**	,326**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Q17	Pearson Correlation	,390**	,506**	1	,611**	,396**	,325**	,327**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Q18	Pearson Correlation	,480**	,445**	,611**	1	,514**	,330**	,336**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Q19	Pearson Correlation	,340**	,411**	,396**	,514**	1	,600**	,584**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Q20	Pearson Correlation	,234*	,353**	,325**	,330**	,600**	1	,765**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Q21	Pearson Correlation	,215*	,326**	,327**	,336**	,584**	,765**	1	,694**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Keamanan_Transaksi	Pearson Correlation	,653**	,706**	,728**	,753**	,749**	,703**	,694**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	7

4. Minat Beli

		Correlations								
		Q22	Q23	Q24	Q25	Q26	Q27	Q28	Q29	Minat_Beli
Q22	Pearson Correlation	1	,604**	,581**	,889**	,440**	,647**	,423**	,398**	,798**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q23	Pearson Correlation	,604**	1	,468**	,509**	,372**	,427**	,843**	,389**	,738**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q24	Pearson Correlation	,581**	,468**	1	,625**	,407**	,849**	,390**	,381**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q25	Pearson Correlation	,889**	,509**	,625**	1	,481**	,556**	,442**	,475**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q26	Pearson Correlation	,440**	,372**	,407**	,481**	1	,500**	,473**	,883**	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q27	Pearson Correlation	,647**	,427**	,849**	,556**	,500**	1	,381**	,395**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q28	Pearson Correlation	,423**	,843**	,390**	,442**	,473**	,381**	1	,528**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Q29	Pearson Correlation	,398**	,389**	,381**	,475**	,883**	,395**	,528**	1	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Minat_Beli	Pearson Correlation	,798**	,738**	,764**	,801**	,768**	,776**	,725**	,749**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	8

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,54863470
Most Extreme Differences	Absolute	,115
	Positive	,115
	Negative	-,065
Kolmogorov-Smirnov Z		1,265
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Linieritas

Minat Beli * Kepercayaan Konsumen

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Beli * Kepercayaan_Konsumen	(Combined)	107,435	13	8,264	3,654	,000
	Between Groups	66,366	1	66,366	29,340	,000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	41,068	12	3,422	1,513	,131
	Within Groups	239,765	106	2,262		
Total		347,200	119			

Minat Beli * Persepsi Risiko

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Beli * Persepsi_Risiko	(Combined)	352,713	17	20,748	2,490	,003
	Between Groups	225,422	1	225,422	27,055	,000
	Linearity					
	Deviation from Linearity	127,291	16	7,956	,955	,511
	Within Groups	849,879	102	8,332		
Total		1202,592	119			

Minat Beli * Keamanan Transaksi

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat_Beli * Keamanan_Transaksi	(Combined)	329,592	14	23,542	2,832	,001
	Between Groups	152,279	1	152,279	18,315	,000
	Linearity	177,313	13	13,639	1,640	,086
	Deviation from Linearity	873,000	105	8,314		
	Within Groups	1202,592	119			
Total						

3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	5,143	3,970					
1	Kepercayaan_Konsumen	,507	,119	,351	4,260	,000	,814	1,228
	Persepsi_Risiko	,223	,072	,251	3,079	,003	,834	1,199
	Keamanan_Transaksi	,258	,100	,201	2,575	,011	,906	1,104

a. Dependent Variable: Minat_Beli

4. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,815	1,296		,629	,531
Kepercayaan_Konsumen	,035	,041	,086	,858	,393
1 Persepsi_Risiko	,016	,024	,066	,687	,493
Keamanan_Transaksi	-,042	,034	-,124	-	,214
				1,250	

a. Dependent Variable: Abs_Res

Hasil Uji Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keamanan_Transaksi, Persepsi_Risiko, Kepercayaan_Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat_Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,598 ^a	,357	,341	2,58138

a. Predictors: (Constant), Keamanan_Transaksi, Persepsi_Risiko, Kepercayaan_Konsumen

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	429,623	3	143,208	21,491	,000 ^b
1 Residual	772,969	116	6,664		
Total	1202,592	119			

a. Dependent Variable: Minat_Beli

b. Predictors: (Constant), Keamanan_Transaksi, Persepsi_Risiko, Kepercayaan_Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,143	3,970		1,296	,198
1 Kepercayaan_Konsumen	,507	,119	,351	4,260	,000
Persepsi_Risiko	,223	,072	,251	3,079	,003
Keamanan_Transaksi	,258	,100	,201	2,575	,011

a. Dependent Variable: Minat_Beli