

LAMPIRAN

KUESIONER

Responden Yth,

Saya **Dedy Setiawan Halim** selaku mahasiswa dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan nomor NIM 15.D1.0194, akan mengadakan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Blibli.com. Untuk itu kami mohon kesediaan untuk mengisi kuesioner ini. Segala informasi yang berikan, akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya dipakai untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kami mengucapkan terimakasih.

A. BAGIAN I

Berilah tanda (X) pada jawaban pilihan anda.

Cari tau tentang apa saja yang mau dibahas agar deskriptif banyak karena beli apa aja

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
 - (a) Laki-laki
 - (b) Perempuan

4. Pekerjaan :
- (a) Sudah bekerja,
 - (b) Belum bekerja
- (a) Seberapa sering Anda melakukan transaksi di Blibli.com selama satu bulan <3 kali
- (b) >3 kali
5. Frekuensi melakukan pembelian
- (a) 3-5 kali (c) 10-15 kali
 - (b) 5-10 kali (d) >15 kali
6. Produk yang biasa dibeli (Boleh memilih lebih dari 1)
- (a) Fashion (e) Peralatan olah raga
 - (b) Elektronik (f) Kesehatan dan Kecantikan
 - (c) Alat rumah tangga (g) Lain-lain,
7. Berapa uang yang Anda keluarkan dalam satu kali pembelian di Blibli.com
- (a) <Rp 500.000 (c) >Rp 1.000.000-5.000.000
 - (b) >Rp 500.000-1.000.000 (d) >Rp 5.000.000

B. BAGIAN II

Berilah jawaban pada pertanyaan – pertanyaan berikut dengan cara memberi tanda (x) pada salah satu kolom tersedia sesuai dengan pendapat anda dan berdasarkan pada apa yang anda rasakan. Berikan pendapat anda sesuai kriteria sebagai berikut :

1	2	3	4	5
Sangat tidak Setuju	Tidak setuju	Netral	Setuju	
Sangat Setuju				

Variabel Promosi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Blibli.com sering melakukan promo secara berkala					
2	Promosi yang dilakukan Blibli.com informatif					
3	Blibli.com selalu melakukan promosi di waktu yang tepat.					
4	Saya merasa Blibli.com mampu menjangkau target promosinya					

Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mempercayai atribut produk yang dijual oleh Blibli.com selalu berguna bagi saya					
2	Saya percaya dengan reputasi Blibli.com					
3	Saya mempercayai kualitas produk yang saya beli dari Blibli.com					

Variabel Persepsi Keamanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
----	------------	-----	----	---	---	----

1	Bertransaksi di Blibli.com memberikan ketenangan dalam hati saya					
2	Data saya sebagai pengguna di Blibli.com tidak akan disalahgunakan oleh pihak Blibli.com					
3	Transaksi saya di Blibli.com tidak akan diberitahukan oleh Blibli.com kepada orang lain					
4	Blibli.com memiliki pengamanan yang baik dalam transaksi					

Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin untuk melakukan pembelian di Blibli.com					
2	Ketika melakukan pembelian online, saya selalu memilih membeli di Blibli.com					
3	Saya mengajak teman dan saudara untuk melakukan pembelian online di Blibli.com					
4	Saya merasa banyak produk Blibli.com yang menarik untuk dibeli kembali					

-TERIMA KASIH-

Lampiran Hasil Olah Data

Transaksi dalam satu bulan * Uang dalam satu kali pembelian Crosstabulation

		Uang dalam satu kali pembelian				Total	
		<Rp 500.000	>Rp 500.000-1.000.000	>Rp 1.000.000-5.000.000	>Rp 5.000.000		
Transaksi dalam satu bulan	<3 kali	Count	17	9	10	0	36
		% of Total	22.7%	12.0%	13.3%	0.0%	48.0%
	>3 kali	Count	11	12	15	1	39
		% of Total	14.7%	16.0%	20.0%	1.3%	52.0%
Total		Count	28	21	25	1	75
		% of Total	37.3%	28.0%	33.3%	1.3%	100.0%

Frekuensi melakukan pembelian * Produk yang biasa dibeli Crosstabulation

		Produk yang biasa dibeli					Total	
		Fashion	Elektronik	Alat rumah tangga	Peralatan olah raga	Kesehatan dan Kecantikan		
Frekuensi melakukan pembelian	3-5 kali	Count	9	2	2	3	18	34
		% of Total	12.0%	2.7%	2.7%	4.0%	24.0%	45.3%
	6-10 kali	Count	7	4	4	2	4	21
		% of Total	9.3%	5.3%	5.3%	2.7%	5.3%	28.0%
	11-15 kali	Count	5	5	4	0	3	17
		% of Total	6.7%	6.7%	5.3%	0.0%	4.0%	22.7%
	>15 kali	Count	0	1	0	0	0	1

	% of Total	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%
5.00	Count	1	0	0	0	1	2
	% of Total	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.3%	2.7%
Total	Count	22	12	10	5	26	75
	% of Total	29.3%	16.0%	13.3%	6.7%	34.7%	100.0%

Frekuensi Jawaban Responden Frequency Table

x1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
2,00	4	5,3	5,3	6,7
3,00	8	10,7	10,7	17,3
4,00	29	38,7	38,7	56,0
5,00	33	44,0	44,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

x1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	5	6,7	6,7	6,7
3,00	2	2,7	2,7	9,3
4,00	32	42,7	42,7	52,0
5,00	36	48,0	48,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

x1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	1	1,3	1,3	1,3
2,00	5	6,7	6,7	8,0
3,00	5	6,7	6,7	14,7
4,00	30	40,0	40,0	54,7
5,00	34	45,3	45,3	100,0

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	5	6,7	6,7	8,0
	3,00	5	6,7	6,7	14,7
	4,00	30	40,0	40,0	54,7
	5,00	34	45,3	45,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	5	6,7	6,7	8,0
	3,00	10	13,3	13,3	21,3
	4,00	33	44,0	44,0	65,3
	5,00	26	34,7	34,7	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	4,0	4,0	4,0
	3,00	18	24,0	24,0	28,0
	4,00	47	62,7	62,7	90,7
	5,00	7	9,3	9,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	5,3	5,3	5,3
	3,00	18	24,0	24,0	29,3
	4,00	40	53,3	53,3	82,7
	5,00	13	17,3	17,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	3	4,0	4,0	5,3
	3,00	2	2,7	2,7	8,0
	4,00	44	58,7	58,7	66,7
	5,00	25	33,3	33,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	3	4,0	4,0	5,3
	3,00	7	9,3	9,3	14,7
	4,00	42	56,0	56,0	70,7
	5,00	22	29,3	29,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	6,7	6,7	6,7
	3,00	3	4,0	4,0	10,7
	4,00	51	68,0	68,0	78,7
	5,00	16	21,3	21,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	5	6,7	6,7	8,0
	3,00	6	8,0	8,0	16,0
	4,00	38	50,7	50,7	66,7
	5,00	25	33,3	33,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

x3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	5	6,7	6,7	8,0
	3,00	2	2,7	2,7	10,7
	4,00	55	73,3	73,3	84,0
	5,00	12	16,0	16,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	3	4,0	4,0	6,7
	3,00	11	14,7	14,7	21,3
	4,00	47	62,7	62,7	84,0
	5,00	12	16,0	16,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,7	2,7	2,7
	2,00	1	1,3	1,3	4,0
	3,00	12	16,0	16,0	20,0
	4,00	45	60,0	60,0	80,0
	5,00	15	20,0	20,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	3	4,0	4,0	5,3
	3,00	5	6,7	6,7	12,0
	4,00	54	72,0	72,0	84,0

5,00	12	16,0	16,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	2	2,7	2,7	2,7
2,00	2	2,7	2,7	5,3
3,00	12	16,0	16,0	21,3
4,00	45	60,0	60,0	81,3
5,00	14	18,7	18,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Validitas dan Reliabilitas Promosi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,848	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	4,1867	,92551	75
x1.2	4,3200	,82462	75
x1.3	4,2133	,93423	75
x1.4	4,0400	,93635	75

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	12,5733	5,221	,696	,802
x1.2	12,4400	5,493	,737	,788
x1.3	12,5467	5,251	,677	,811
x1.4	12,7200	5,366	,641	,827

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,7600	9,023	3,00378	4

Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	3,7733	,66927	75
x2.2	3,8267	,77761	75
x2.3	4,1867	,78316	75

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	8,0133	2,013	,558	,790
x2.2	7,9600	1,688	,608	,742
x2.3	7,6000	1,486	,744	,584

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,7867	3,521	1,87655	3

Validitas dan Reliabilitas Persepsi Keamanan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x3.1	4,0800	,81804	75
x3.2	4,0400	,72485	75
x3.3	4,0800	,89684	75
x3.4	3,9600	,76122	75

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

x3.1	12,0800	4,885	,729	,914
x3.2	12,1200	4,972	,833	,881
x3.3	12,0800	4,345	,813	,888
x3.4	12,2000	4,757	,860	,870

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,1600	8,190	2,86186	4

Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian Online

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	75	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1	3,8533	,83332	75
y2	3,9333	,81096	75
y3	3,9733	,71610	75
y4	3,8933	,83137	75

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	11,8000	4,324	,677	,854

y2	11,7200	4,339	,701	,844
y3	11,6800	4,356	,835	,796
y4	11,7600	4,266	,701	,844

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,6533	7,365	2,71380	4

Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi keamanan, Promosi, Kepercayaan	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Keputusan pembelian online

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 ^a	,578	,560	1,79968

- a. Predictors: (Constant), Persepsi keamanan, Promosi, Kepercayaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315,029	3	105,010	32,422	,000 ^a
	Residual	229,957	71	3,239		
	Total	544,987	74			

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	315,029	3	105,010	32,422	,000 ^a
	Residual	229,957	71	3,239		
	Total	544,987	74			

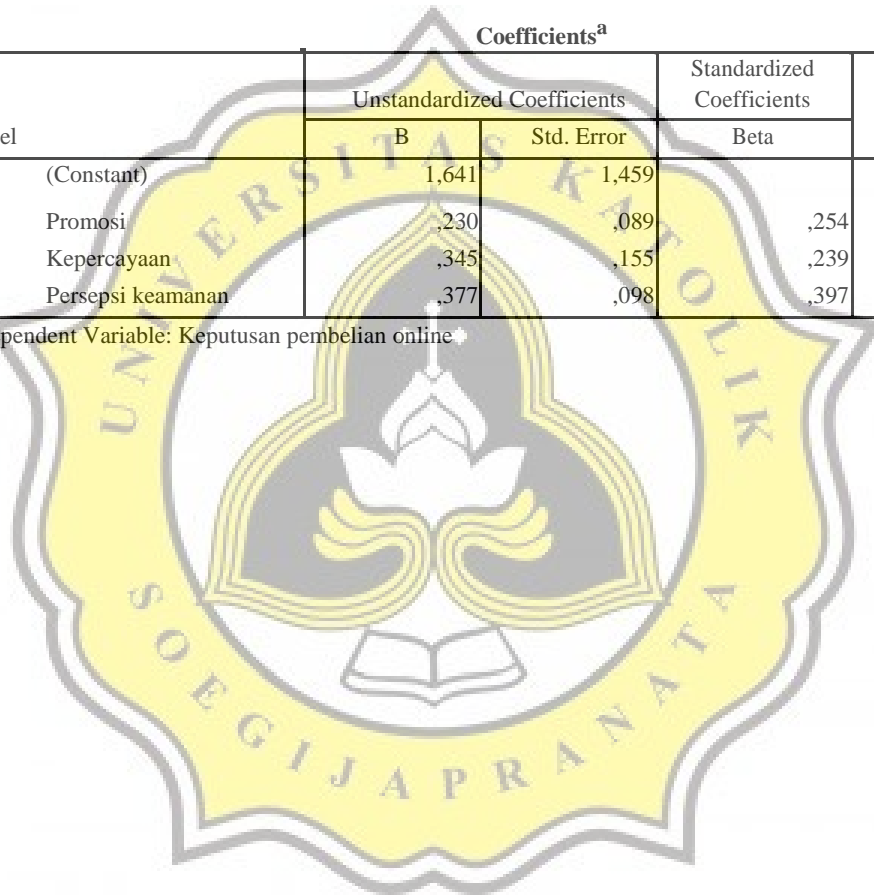
a. Predictors: (Constant), Persepsi keamanan, Promosi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian online

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,641	1,459		1,125	,264
	Promosi	,230	,089	,254	2,592	,012
	Kepercayaan	,345	,155	,239	2,227	,029
	Persepsi keamanan	,377	,098	,397	3,851	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian online





8.97% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #10699420

BABI PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Penggunaan internet semakin populer dari sudut pandang para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Online shop atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan, dan melalui internet. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli barang/jasa dibatasi oleh tembok, pengecer, atau mall (Angelina, 2016). Dengan adanya banyak keuntungan dalam berbelanja online, maka pihak toko harus memberikan kepercayaan antara penjual dengan pembeli. Kepercayaan tersebut berupa lokasi toko yang jelas, contact person yang dicantumkan dan selalu aktif, fast response, beberapa foto kesaksian dari konsumen lain, ketepatan waktu dalam pengiriman dan yang barang yang terkirim harus sama dengan barang yang dipesan (Angelina, 2016). Pada era globalisasi ini trend belanja online terus meningkat pesat, tetapi disisi lain dapat juga disalahgunakan. Potensi penyalahgunaan pada belanja online misalnya terjadi penipuan, pembajakan