

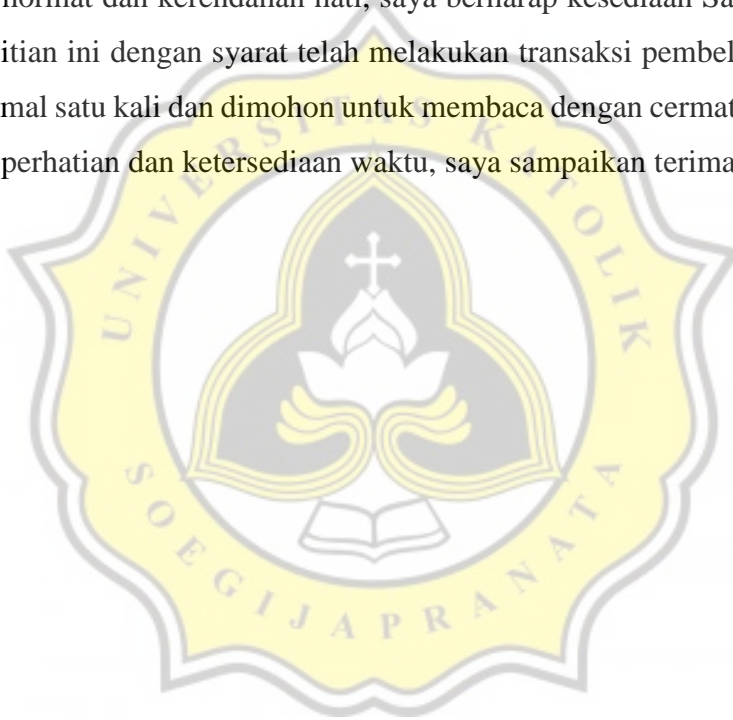
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya Yosep Budi Adi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Soegijapranata program studi manajemen. Dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Website dan Pengalaman Berbelanja Di Bukalapak”**

Dengan hormat dan kerendahan hati, saya berharap kesediaan Saudara untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan syarat telah melakukan transaksi pembelian melalui Aplikasi Bukalapak minimal satu kali dan dimohon untuk membaca dengan cermat dan mengisi dengan kejujuran. Atas perhatian dan ketersediaan waktu, saya sampaikan terima kasih.



Hormat saya,

Yosep Budi Adi

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS WEBSITE DAN
PENGALAMAN BERBELANJA DI BUKALAPAK
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika
Soegijapranata Semarang)**

A. Identitas Responden

Nama :
Program Studi / Angkatan :
Usia :
Jenis Kelamin : Pria / Wanita

1) Aplikasi *e-commerce* apa yang pernah digunakan selain aplikasi Bukalapak ?
(Boleh pilih > 1)

- | | | |
|--------------|-----------|---------|
| a. Tokopedia | c. Lazada | e. |
| b. Shopee | d. Blibli | |

2) Kategori produk apa yang pernah anda beli ? (Boleh pilih > 1)

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| a. E-Voucher & Tiket | m. Olahraga |
| b. Perawatan & Kecantikan | n. Sepeda |
| c. Kesehatan | o. Rumah tangga |
| d. Perlengkapan bayi | p. Food |
| e. Fashion wanita | q. Mobil, Part dan Aksesoris |
| f. Fashion pria | r. Motor |
| g. Fashion anak | s. Industrial |
| h. Handphone | t. Perlengkapan kantor |
| i. Komputer | |
| j. Elektronik | |
| k. Kamera | |
| l. Hobi & Koleksi | |

3) Dari mana anda mendapatkan rekomendasi untuk menggunakan aplikasi Bukalapak ? (Boleh pilih > 1)

- a. Website
- b. Iklan Bukalapak
- c. Teman
- d. Keluarga
- e. Review aplikasi
- f.

4) Faktor apa yang menjadi pertimbangan utama anda menggunakan aplikasi Bukalapak ?

- a. Desain situs yang menarik
- b. Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
- c. Promo yang menarik
- d. Banyak pilihan produk
- e.

B. Petunjuk Pengisian

Dimohon anda memberikan tanda cek list (✓) sesuai dengan penilaian anda dalam menilai setiap item pertanyaan.

Keterangan:

- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral/biasa aja
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Kualitas Website						
1	Fitur yang tersedia dalam aplikasi memudahkan untuk mencari informasi					

2	Mudah bagi saya untuk mengoperasikan website Bukalapak dalam pemilihan produk					
3	Dengan menggunakan aplikasi Bukalapak, proses transaksi menjadi lebih mudah					
4	Desain website Bukalapak memiliki tampilan yang menarik					
5	Saya mendapatkan informasi yang saya inginkan dalam website Bukalapak					
6	Informasi produk yang tercantum di website Bukalapak disajikan secara detail (seperti foto dan karakteristik produk) yang tersedia					
7	Informasi yang disajikan pada website Bukalapak dapat saya pahami dengan mudah.					
8	Informasi pada website Bukalapak terjamin kebenarannya					
9	Website Bukalapak memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi					
10	Website Bukalapak dapat menjamin kerahasiaan informasi data pribadi					
11	Website Bukalapak memberikan kemudahan untuk melakukan komunikasi dengan penjual					
12	Saya percaya bahwa jasa atau barang akan dikirim sesuai yang telah dijanjikan					
Pengalaman Berbelanja Online						
1	Berdasarkan pengalaman saya dalam berbelanja online di Bukalapak, saya mengalami pengalaman yang					

	menyenangkan (seperti barang sampai sesuai dengan pesanan)					
2	Berdasarkan pengalaman saya dalam berbelanja online di Bukalapak, saya mengetahui pelapak mana yang dapat dipercaya					
3	Berdasarkan pengalaman saya dalam berbelanja online di Bukalapak, saya mudah dalam memilih metode pembayaran					
Kepuasan Pelanggan Online						
1	Saya puas dengan Bukalapak karena memberikan sebuah kenyamanan dalam berbelanja <i>online</i>					
2	Saya puas dengan Bukalapak karena memiliki desain web yang menarik					
3	Saya puas dengan informasi yang diberikan oleh Bukalapak					
4	Saya puas dengan Bukalapak karena memberikan tingkat keamanan pada <i>privacy</i>					

Lampiran 2. Data Responden

NO	Nama	Program Studi	Tahun Angkatan	Usia	Jenis Kelamin	Aplikasi e-commerce apa yang pernah digunakan selain aplikasi Bukalapak ?	Kategori produk apa yang pernah anda beli ?	Dari mana anda mendapatkan rekomendasi untuk menggunakan aplikasi Bukalapak ?	Faktor apa yang menjadi pertimbangan utama anda menggunakan aplikasi Bukalapak ?
1	Nathanael christian santoso	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli	E-Voucher & Tiket, Mobil, Part dan Aksesoris	Iklan Bukalapak; Teman	Promo yang menarik; Banyak pilihan produk
2	Kalden	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada	E-Voucher & Tiket, Fashion pria; Handphone; Komputer, Elektronik; Hobi & Koleksi; Mobil, Part dan Aksesoris	Iklan Bukalapak	Desain situs yang menarik; Banyak pilihan produk
3	Maya adelia saraswati	Manajemen	2016	21	Wanita	Shopee	Elektronik	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
4	Sebastian	Manajemen	2016	21	Pria	Shopee	Hobi & Koleksi	Review aplikasi	Promo yang menarik
5	Tee Yonathan Setiawan	Manajemen	2017	20	Pria	Tokopedia	Mobil, Part dan Aksesoris; Motor	Teman	Desain situs yang menarik
6	Dani kurnia	Manajemen	2018	19	Pria	Tokopedia, Shopee	Fashion pria	Website	Banyak pilihan produk

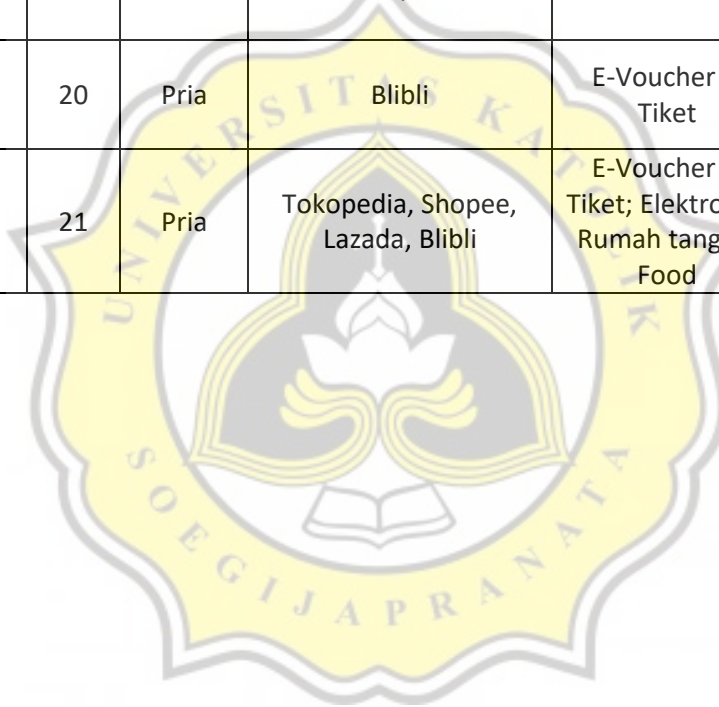
7	Ike	Manajemen	2016	21	Wanita	Shopee	Perawatan & Kecantikan; Fashion wanita	Website	Banyak pilihan produk
8	Nicholaus antonio	Manajemen	2017	20	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada	Fashion pria	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
9	Thomas aquino aditya	Manajemen	2017	20	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada	Hobi & Koleksi; Olahraga	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk; Biasanya banyak barang second bagus
10	Ricky Togar Sitompul	Manajemen	2016	22	Pria	Shopee	Mobil, Part dan Aksesoris	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
11	Andre widya b	Manajemen	2016	22	Pria	Shopee	Mobil, Part dan Aksesoris	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
12	CHRISTINA JOHAN GITA A	Manajemen	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Perawatan & Kecantikan	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
13	M.addo bagus ch	Manajemen	2016	21	Pria	Shopee	Elektronik	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
14	Tommy Kurniawan	Manajemen	2017	20	Pria	Shopee	Fashion pria; Mobil, Part dan Aksesoris; Motor	Teman	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
15	Candra Wahyu S	Manajemen	2018	19	Pria	Shopee	E-Voucher & Tiket	Website; Review aplikasi	Promo yang menarik
16	Jane	Manajemen	2016	22	Wanita	Tokopedia, Shopee	Perawatan & Kecantikan; Fashion wanita; Rumah tangga	Teman; Keluarga	Desain situs yang menarik
17	Ricky	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada	Elektronik; Hobi & Koleksi; Mobil, Part dan Aksesoris	Website; Iklan Bukalapak; Review aplikasi	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi; Promo yang menarik; Banyak pilihan produk

18	Satria	Manajemen	2017	20	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli	Elektronik; Hobi & Koleksi; Olahraga; Rumah tangga	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
19	Kevin Kurniawan	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli	E-Voucher & Tiket; Kesehatan; Elektronik; Hobi & Koleksi; Olahraga; Food; Mobil, Part dan Aksesoris	Website; Iklan Bukalapak; Teman; Review aplikasi	Banyak pilihan produk
20	Theresa Adela	Pajak	2017	20	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli	E-Voucher & Tiket; Fashion pria; Hobi & Koleksi	Iklan Bukalapak	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi; Banyak pilihan produk
21	Christina davitson ng	Manajemen	2016	22	Wanita	Shopee	Fashion wanita	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
22	Fadhil Hakiki	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee	Fashion pria; Elektronik	Iklan Bukalapak; Teman	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi; Banyak pilihan produk
23	Asa	Manajemen	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Perawatan & Kecantikan; Hobi & Koleksi	Iklan Bukalapak	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
24	Jody Noor	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee	Olahraga	Website; Iklan Bukalapak; Teman	Promo yang menarik; Banyak pilihan produk
25	Achmad Faza	Akuntansi	2016	21	Pria	Tokopedia	Handphone	Iklan Bukalapak	Desain situs yang menarik

26	khelsea kayla wijaya	Manajemen	2018	19	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Hobi & Koleksi	Iklan Bukalapak; Teman	Banyak pilihan produk
27	Giovanni Ezra Devara	Manajemen	2018	19	Pria	Tokopedia, Shopee	Fashion pria; Handphone; Elektronik; Hobi & Koleksi; Mobil, Part dan Aksesoris	Iklan Bukalapak	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi; Promo yang menarik
28	Fernando Vincent Handoko	Manajemen	2018	19	Pria	Tokopedia, Lazada	Fashion pria	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
29	Mutiara intan	Akuntansi	2016	22	Wanita	Tokopedia, Shopee	Fashion wanita; Hobi & Koleksi	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
30	Anita	Manajemen	2018	19	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Perawatan & Kecantikan; Fashion wanita; Handphone	Teman	Promo yang menarik
31	Nico pahlawan	Akuntansi	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee	Fashion pria; Elektronik	Teman; Review aplikasi	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi; Promo yang menarik; Banyak pilihan produk
32	Raphael	Manajemen	2017	20	Pria	Shopee	Fashion pria; Mobil, Part dan Aksesoris	Iklan Bukalapak	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
33	Ayu Ariyanis	Akuntansi	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee	Fashion wanita	Website; Iklan Bukalapak; Teman	Promo yang menarik; Banyak pilihan produk
34	Yovi	Manajemen	2018	19	Pria	Shopee	Fashion pria	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
35	Clara Edina	Manajemen	2016	21	Wanita	Shopee	Fashion wanita; Kamera	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk

36	Wisnu Wardana	Akuntansi	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee	Elektronik; Hobi & Koleksi	Iklan Bukalapak	Banyak pilihan produk
37	Violita Octavia Kurniawan	Manajemen	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Perawatan & Kecantikan; Fashion wanita	Iklan Bukalapak; Teman	Promo yang menarik; Banyak pilihan produk
38	Amadea Prajna P	Akuntansi	2016	22	Wanita	Shopee	E-Voucher & Tiket	Website; Iklan Bukalapak; Review aplikasi	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi; Banyak pilihan produk
39	Margaretha	Akuntansi	2017	20	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	E-Voucher & Tiket; Perawatan & Kecantikan	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
40	Yenny kumalasari T	Akuntansi	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	E-Voucher & Tiket; Fashion wanita; Fashion pria; Perlengkapan kantor	Website	Promo yang menarik
41	Marvel hariato	Manajemen	2019	19	Pria	Shopee	Motor	Iklan Bukalapak	Desain situs yang menarik
42	Yohana k	Akuntansi	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, Alibaba	Fashion wanita	Iklan Bukalapak	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
43	Vero	Akuntansi	2017	20	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Elektronik	Website	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
44	ishak	Akuntansi	2018	19	Pria	Tokopedia, Shopee	Fashion pria	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
45	Agrippina Permata Benita	Pajak	2017	20	Wanita	Tokopedia, Shopee, Lazada	Perawatan & Kecantikan; Kesehatan; Fashion wanita;	Website	Banyak pilihan produk

							Handphone; Food		
46	Feli	Manajemen	2018	19	Wanita	Tokopedia, Shopee	Fashion wanita	Iklan Bukalapak; Review aplikasi	Banyak pilihan produk
47	Diana	Manajemen	2016	21	Wanita	Tokopedia, Shopee	Perawatan & Kecantikan	Iklan Bukalapak	Promo yang menarik
48	Cornelia Putri	Pajak	2017	21	Wanita	Shopee	Fashion wanita	Iklan Bukalapak	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi
49	Robertus Crespo	Pajak	2017	20	Pria	Blibli	E-Voucher & Tiket	Teman	Promo yang menarik; Banyak pilihan produk
50	Calvin	Manajemen	2016	21	Pria	Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli	E-Voucher & Tiket; Elektronik; Rumah tangga; Food	Teman; Keluarga; Review aplikasi	Keamanan dan kenyamanan bertransaksi



Lampiran 3. Tabulasi Data

NO	X1												Total	X2			Total	Y				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	X1	1	2	3	X2	1	2	3	4	Y
1	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	48	4	5	5	14	5	3	4	4	16
2	4	4	4	3	2	3	4	2	2	4	4	2	38	4	3	3	10	3	4	3	4	14
3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53	4	4	5	13	4	4	4	5	17
4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	45	3	3	3	9	3	3	3	3	12
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	5	5	5	5	20
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	9	3	3	3	3	12
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	4	4	4	4	16
9	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	42	5	5	4	14	4	3	3	4	14
10	4	4	4	3	3	1	2	2	4	2	3	4	36	4	4	4	12	4	4	3	4	15
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	2	2	2	6	4	4	4	4	16
12	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38	3	3	3	9	3	3	4	4	14
13	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	45	4	4	4	12	3	4	3	3	13
14	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	50	4	5	5	14	4	4	3	5	16
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49	5	5	5	15	4	4	4	5	17
17	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	52	5	3	4	12	3	4	4	4	15
18	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	18	1	2	1	4	1	2	1	2	6
19	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	48	3	5	5	13	4	4	4	5	17
20	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	43	4	4	4	12	4	4	4	4	16
21	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	4	4	4	4	16
22	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	49	5	4	5	14	4	3	4	3	14
23	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	47	4	3	5	12	3	3	4	4	14
24	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	42	3	3	3	9	3	3	4	3	13
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	4	4	4	4	16
26	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	47	4	4	5	13	5	4	4	5	18
27	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	53	5	5	5	15	3	3	3	3	12
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	48	3	2	4	9	4	3	3	4	14
29	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	44	3	3	4	10	3	3	3	4	13
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	9	3	3	3	3	12
31	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	47	5	5	5	15	5	2	4	4	15
32	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	52	4	4	5	13	5	3	4	4	16
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59	5	5	5	15	5	5	5	5	20
34	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	43	3	4	4	11	4	3	4	3	14
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	12	4	4	4	4	16
36	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51	5	5	5	15	4	4	4	5	17
37	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	12	4	4	4	3	15
38	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58	4	4	5	13	3	3	3	4	13

39	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	51	4	4	5	13	5	4	4	4	17
40	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53	5	4	5	14	5	4	4	4	17
41	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	50	3	2	4	9	4	3	3	4	14
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	4	5	14	5	5	5	4	19
43	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	3	4	4	11	4	4	4	3	15
44	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	44	4	4	4	12	4	4	4	3	15
45	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50	5	5	5	15	4	4	4	5	17
46	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	12	4	4	4	4	16
47	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	42	3	3	4	10	3	3	3	3	12
48	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	43	4	4	3	11	3	4	3	4	14
49	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37	3	4	3	10	3	3	3	4	13
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	2	41	3	4	3	10	4	3	3	3	13



Lampiran 4. Hasil Analisis Data

Uji Validitas Kualitas Website

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	Kualitas_Website
X1_1	Pearson Correlation	1	.744**	.765**	.488**	.573**	.444**	.601**	.426**	.487**	.378**	.477**	.500**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.007	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_2	Pearson Correlation	.744**	1	.816**	.511**	.542**	.408**	.560**	.410**	.524**	.311*	.556**	.402**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.003	.000	.028	.000	.004	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_3	Pearson Correlation	.765**	.816**	1	.537**	.626**	.362**	.546**	.377**	.459**	.403**	.581**	.426**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.010	.000	.007	.001	.004	.000	.002	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_4	Pearson Correlation	.488**	.511**	.537**	1	.619**	.399**	.390**	.465**	.512**	.487**	.493**	.444**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.005	.001	.000	.000	.000	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_5	Pearson Correlation	.573**	.542**	.626**	.619**	1	.529**	.627**	.652**	.700**	.479**	.501**	.616**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_6	Pearson Correlation	.444**	.408**	.362**	.399**	.529**	1	.733**	.745**	.545**	.659**	.468**	.485**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.010	.004	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_7	Pearson Correlation	.601**	.560**	.546**	.390**	.627**	.733**	1	.734**	.691**	.685**	.579**	.529**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_8	Pearson Correlation	.426**	.410**	.377**	.465**	.652**	.745**	.734**	1	.667**	.499**	.394**	.555**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.007	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.005	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_9	Pearson Correlation	.487**	.524**	.459**	.512**	.700**	.545**	.691**	.667**	1	.596**	.600**	.621**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_10	Pearson Correlation	.378**	.311*	.403**	.487**	.479**	.659**	.685**	.499**	.596**	1	.725**	.578**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.007	.028	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_11	Pearson Correlation	.477**	.556**	.581**	.493**	.501**	.468**	.579**	.394**	.600**	.725**	1	.533**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.005	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1_12	Pearson Correlation	.500**	.402**	.426**	.444**	.616**	.485**	.529**	.555**	.621**	.578**	.533**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kualitas_Website	Pearson Correlation	.751**	.736**	.752**	.695**	.820**	.742**	.839**	.757**	.813**	.746**	.758**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Uji Validitas Pengalaman Berbelanja

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	Pengalaman_Berbelanja
X2_1	Pearson Correlation	1	.692**	.750**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50
X2_2	Pearson Correlation	.692**	1	.664**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50
X2_3	Pearson Correlation	.750**	.664**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50
Pengalaman_Berbelanja	Pearson Correlation	.910**	.873**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

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

Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Kepuasan_Konsumen
Y1_1	Pearson Correlation	1	.472**	.739**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	50	50	50	50
Y1_2	Pearson Correlation	.472**	1	.628**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	50	50	50	50
Y1_3	Pearson Correlation	.739**	.628**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50
Kepuasan_Konsumen	Pearson Correlation	.873**	.795**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

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

Uji Reliabilitas Kualitas Website

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	12

Uji Reliabilitas Pengalaman Berbelanja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	3

Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	4

Tabulasi Silang Usia dan Jenis Kelamin

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Usia *Jenis_Kelamin	50	100.0%	0	.0%	50	100.0%

Usia * Jenis_Kelamin Crosstabulation

		Jenis_Kelamin		Total
		Pria	Wanita	
Usia 19	Count	7	3	10
	Expected Count	5.6	4.4	10.0
	% within Usia	70.0%	30.0%	100.0%
	% within Jenis_Kelamin	25.0%	13.6%	20.0%
% of Total		14.0%	6.0%	20.0%
20	Count	7	4	11
	Expected Count	6.2	4.8	11.0
	% within Usia	63.6%	36.4%	100.0%
	% within Jenis_Kelamin	25.0%	18.2%	22.0%
% of Total		14.0%	8.0%	22.0%
21	Count	12	11	23
	Expected Count	12.9	10.1	23.0
	% within Usia	52.2%	47.8%	100.0%
	% within Jenis_Kelamin	42.9%	50.0%	46.0%
% of Total		24.0%	22.0%	46.0%
22	Count	2	4	6
	Expected Count	3.4	2.6	6.0
	% within Usia	33.3%	66.7%	100.0%
	% within Jenis_Kelamin	7.1%	18.2%	12.0%
% of Total		4.0%	8.0%	12.0%
Total	Count	28	22	50
	Expected Count	28.0	22.0	50.0
	% within Usia	56.0%	44.0%	100.0%
	% within Jenis_Kelamin	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	56.0%	44.0%	100.0%

Tabulasi Silang Tahun Angkatan dan Program Studi

TahunAngkatan * ProgramStudi Crosstabulation

		ProgramStudi			Total
		Akuntansi	Manajemen	Pajak	
TahunAngkatan 2016	Count	8	20	0	28
	Expected Count	6.2	19.6	2.2	28.0
	% within TahunAngkatan	28.6%	71.4%	.0%	100.0%
	% within ProgramStudi	72.7%	57.1%	.0%	56.0%
	% of Total	16.0%	40.0%	.0%	56.0%
2017	Count	2	6	4	12
	Expected Count	2.6	8.4	1.0	12.0
	% within TahunAngkatan	16.7%	50.0%	33.3%	100.0%
	% within ProgramStudi	18.2%	17.1%	100.0%	24.0%
% of Total		4.0%	12.0%	8.0%	24.0%
2018	Count	1	8	0	9
	Expected Count	2.0	6.3	.7	9.0
	% within TahunAngkatan	11.1%	88.9%	.0%	100.0%
	% within ProgramStudi	9.1%	22.9%	.0%	18.0%
% of Total		2.0%	16.0%	.0%	18.0%
2019	Count	0	1	0	1
	Expected Count	.2	.7	.1	1.0
	% within TahunAngkatan	.0%	100.0%	.0%	100.0%
	% within ProgramStudi	.0%	2.9%	.0%	2.0%
% of Total		.0%	2.0%	.0%	2.0%
Total	Count	11	35	4	50
	Expected Count	11.0	35.0	4.0	50.0
	% within TahunAngkatan	22.0%	70.0%	8.0%	100.0%
	% within ProgramStudi	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	22.0%	70.0%	8.0%	100.0%

Multiple Response Berdasarkan Aplikasi e-commerce Apa yang Pernah Digunakan Selain Aplikasi Bukalapak

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$ECommerce ^a	50	100.0%	0	.0%	50	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$ECommerce Frequencies

	Responses	Percent of Cases		
		N	Percent	
\$ECommerce ^a	Tokopedia	34	31.5%	68.0%
	Shopee	46	42.6%	92.0%
	Lazada	20	18.5%	40.0%
	Blibli	7	6.5%	14.0%
	Other	1	.9%	2.0%
Total		108	100.0%	216.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Multiple Response Karakteristik Responden Berdasarkan Apa yang Pernah Dibeli

\$Kategori_produk Frequencies

	Responses	Percent of Cases		
		N	Percent	
\$Kategori_produk ^a	EVoucher_tiket	11	10.9%	22.0%
	Perawatan_kecantikan	9	8.9%	18.0%
	Kesehatan	2	2.0%	4.0%
	Fashion_wanita	13	12.9%	26.0%
	Fashion_pria	13	12.9%	26.0%
	Handphone	5	5.0%	10.0%
	Komputer	1	1.0%	2.0%
	Elektronik	11	10.9%	22.0%
	Kamera	1	1.0%	2.0%
	Hobi_Koleksi	12	11.9%	24.0%
	Olahraga	4	4.0%	8.0%
	Rumah_tangga	3	3.0%	6.0%
	Food	3	3.0%	6.0%
	Mobil_Part_Aksesoris	10	9.9%	20.0%
	Motor	3	3.0%	6.0%
Total		101	100.0%	202.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Multiple Response Karakteristik Responden Berdasarkan Dari Mana Mendapatkan Rekomendasi Dalam Menggunakan Aplikasi Bukalapak

\$Rekomendasi_Aplikasi Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$Rekomendasi_Aplikasi ^a	Website	11	15.5%	22.0%
	Iklan_Bukalapak	36	50.7%	72.0%
	Teman	14	19.7%	28.0%
	Keluarga	2	2.8%	4.0%
	Review_Aplikasi	8	11.3%	16.0%
Total		71	100.0%	142.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Multiple Response Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor yang Menjadi Pertimbangan Utama Dalam Menggunakan Aplikasi Bukalapak

\$Faktor_Menggunakan Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$Faktor_Menggunakan ^a	Desain_Menarik	5	8.2%	10.0%
	KeamananKenyamanan_Bertransaksi	13	21.3%	26.0%
	Promo_Merarik	19	31.1%	38.0%
	Banyak_Produk	23	37.7%	46.0%
	Other_1	1	1.6%	2.0%
Total		61	100.0%	122.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Analisis Deskriptif Kualitas Website

Statistics

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.8800	4.0000	3.7600	3.6400	3.8200	3.8600	3.9800	3.7200	3.9400	3.8800	3.9200	3.7600
Std. Deviation		.77301	.63888	.74396	.74942	.82536	.78272	.74203	.70102	.79308	.71827	.80407	.71600

Analisis Deskriptif Pengalaman Berbelanja

Statistics

		X2_1	X2_2	X2_3
N	Valid	50	50	50
	Missing	0	0	0
Mean		3.8400	3.8400	4.0800
Std. Deviation		.86567	.84177	.89989

Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen

Statistics

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4
N	Valid	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.8200	3.6000	3.7600	3.8800
Std. Deviation		.80026	.67006	.74396	.71827

Regresi Linier Berganda dan Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.380	1.582		2.136	.038
	Kualitas_Website	.176	.047	.511	3.778	.000
	Pengalaman_Berbelanja	.292	.137	.289	2.134	.038

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150.274	2	75.137	28.561	.000 ^a
	Residual	123.646	47	2.631		
	Total	273.920	49			

a. Predictors: (Constant), Pengalaman_Berbelanja, Kualitas_Website

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.529	1.62196

a. Predictors: (Constant), Pengalaman_Berbelanja, Kualitas_Website





8.37% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #10502544

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Pada masa kini, sebagian besar masyarakat semakin merasakan bahwa informasi sebagai salah satu kebutuhan pokok disamping kebutuhan akan sandang, pangan dan papan. Informasi telah berubah bentuk menjadi suatu komoditi yang dapat diperdagangkan. Dengan bukti bahwa semakin berkembangnya bisnis pelayanan informasi seperti stasiun televisi, surat kabar, radio dan internet. Perubahan tersebut didukung oleh kemajuan teknologi informasi di segala bidang. Internet dan teknologi informasi sendiri telah memberikan suatu perubahan yang besar pada dunia bisnis. Internet memberikan suatu kemudahan bagi pengguna dalam berbagai aspek kehidupan, seperti halnya pencarian informasi dan transaksi jual beli menjadi lebih mudah dan nyaman. Menurut Internet World Stats ADDIN (2019) jumlah pengguna internet hingga 30 Juni 2019 tercatat sebanyak 4,5 Miliar pengguna internet di seluruh dunia. Benua Asia memiliki jumlah pengguna internet terbanyak dibandingkan dengan wilayah lainnya yang mencapai 2,3 Miliar pengguna internet. Di Indonesia jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2000 hingga 30 Juni 2019 mengalami peningkatan sebesar 171 juta pengguna Internet. Melihat dari gambar 1.1 dibawah jumlah pengguna e-commerce Indonesia juga terus meningkat dari tahun ke tahun dan diprediksi