

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

<b>KUESINONER PENELITIAN</b>
------------------------------

---

Terimakasih atas partisipasi anda sudah menjadi salah satu peserta penelitian dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Saya yang bernama Wisnu Rayhan Adhitya (NIM : 137019039), Mahasiswa Universitas Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Pasca Sarja Ilmu Manajemen, pada saat ini sedang mengadakan penelitian mengenai **“Analisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara online dengan kepercayaan sebagai variabel moderating di kota Medan”**. Saya sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner dan hasil pra-riset dari kuesioner ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan pendidikan bukan untuk tujuan komersil.

---

#### I. Identitas Responden

- Usia : ..... tahun
- Jenis Kelamin :  Pria  
 Wanita
- Pendidikan Terakhir :  SD  D1/D2/D3  
 SMP  S1/S2/S3  
 SMA  Lain-lain .....
- Pekerjaan :  Pelajar (SMA)  
 Mahasiswa  
 Ibu Rumah Tangga  
 Dosen  
 Karyawan Swasta  
 Pegawai Negeri Sipil  
 Lain-lain .....

Pendapatan Perbulan :  < Rp. 1.000.000  
 Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000  
 >Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000  
 > Rp. 5.000.000

Berapa kali anda sudah melakukan belanja secara *online* :

: Hanya 1 kali  
 : 2 sampai 5 kali  
 : Lebih dari 5 sampai 10 kali  
 : Lebih dari 10 kali

Media elektronik apa yang digunakan untuk membeli produk secara *online* :

: PC (*Personal Computer*) / Laptop  
 : *Smart Phone*  
 : Tablet

Produk apa yang anda beli secara *online* (boleh lebih dari satu) :

: Fashion  : Kosmetik  
 : Elektronik  : Tiket  
 : Lain-lain (Sebutkan).....

Situs Internet apa yang menjadi pilihan anda dalam membeli produk secara *online*

(boleh lebih dari satu) :

: Perusahaan *Online* (seperti: zalora.co.id, lazada.co.id, lainnya)  
 : Media Sosial (Seperti: facebook, Twitter, Intagram, dan lainnya)  
 : Situs Jual Beli (seperti: kaskus.co.id, olx.co.id, dan lainnya)

## II. Lembar Angket

Adapun keterangan dan bobot dari jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut :

Keterangan		Skor :
SS	= Sangat Setuju	(5)
S	= Setuju	(4)
R	= Ragu-ragu	(3)
TS	= Tidak Setuju	(2)
STS	= Sangat Tidak Setuju	(1)

## III. Kuesioner Pernyataan Faktor-faktor Pertimbangan Konsumen (X)

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari mengisi dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada jawaban yang dianggap sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban				
				SS	S	R	TS	STS
Faktor-faktor pertimbangan konsumen (X)	Harga	Daftar harga	1. Katalog harga produk <i>online</i> jelas ditampilkan dan mudah dimengerti konsumen					
		Diskon	2. Potongan harga yang diberikan toko <i>online</i> mempengaruhi minat beli konsumen untuk belanja secara <i>online</i>					
		Promosi	3. Banyaknya promosi yang dilakukan oleh toko <i>online</i> seperti potongan harga pada hari tertentu, beli 1 gratis 1, cuci gudang dan lainnya menjadi daya tarik untuk berbelanja secara <i>online</i>					
		Persaingan harga	4. Harga produk di toko <i>online</i> lebih murah dibandingkan di toko <i>offline</i> /mall					
		Penyesuaian harga	5. Konsumen dapat menyesuaikan pilihan harga produk dengan pendapatan masing-masing					

	Perbandingan harga	6. Konsumen sangat mudah melakukan perbandingan harga dari toko <i>online</i> terhadap toko <i>online</i> lainnya maupun harga pasaran di toko <i>offline</i>						
Sub Variabel	Indikator	Pernyataan	Jawaban					
			SS	S	R	TS	STS	
Produk	Variasi produk	1. Banyaknya pilihan produk yang dijual toko <i>online</i> memudahkan konsumen dalam mencari produk sesuai yang diinginkan						
	Kualitas produk	2. Produk yang dijual toko <i>online</i> memiliki kualitas yang lebih baik dari pada toko <i>offline</i>						
	Kemudahan produk	3. Mudah nya mendapatkan produk secara <i>online</i> yang sulit ditemukan di toko <i>offline</i> atau di daerah tertentu						
	Kemasan produk	4. Semua toko <i>online</i> dalam proses pengirimannya memberikan pelayanan tambahan untuk menghindari kerusakan ketika pengiriman yaitu memberikan kemasan tambahan pada setiap produk yang dibeli						
	Merek produk	5. Merek produk apapun bisa didapatkan dengan belanja <i>online</i>						
Sub Variabel	Indikator	Pernyataan	Jawaban					
			SS	S	R	TS	STS	
Kemudahan Transaksi	Tanggapan yang cepat	1. Toko <i>online</i> memiliki respon yang cepat ketika melayani pembelinya						
	Efektifitas	2. Toko <i>online</i> selalu menerima pemesanan produk dari konsumen selama 24 jam						

	Efisiensi	3. Proses belanja yang mudah tanpa harus pergi ke luar rumah					
	Proses yang mudah	4. Belanja <i>online</i> bisa dilakukan oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja					
	Metode pembayaran	5. Toko <i>online</i> memiliki variasi cara pembayaran seperti <i>cash on delievery</i> , <i>transfer</i> uang, <i>credit card</i> dan lainnya menjadi lebih praktis					
Sub Variabel	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			SS	S	R	TS	STS
Keamanan transaksi	Garansi toko online	1. Jika produk yang diterima konsumen rusak dalam pengiriman atau tidak sesuai dengan produk yang dipesan, toko <i>online</i> memberikan garansi pengembalian barang dengan syarat tertentu					
	Kerahasiaan data	2. Toko <i>online</i> menjamin kerahasiaan data tidak boleh menyalahgunakan data pribadi konsumen					
	Perlindungan konsumen	3. Semua toko <i>online</i> menjamin produk yang sudah dibeli sampai di tangan konsumen untuk menghindari kejahatan penipuan dalam transaksi					
	Keamanan pembeli	4. Semua toko <i>online</i> memberikan rasa aman kepada setiap konsumen sehingga konsumen tidak ragu dalam belanja <i>online</i>					
	Keamanan pembayaran	5. Banyak kasus penipuan <i>online</i> membuat takut saya untuk belanja <i>online</i>					

#### IV. KUESIONER PERNYATAAN KEPERCAYAAN (Z)

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Jawaban				
			SS	S	R	TS	STS
Kepercayaan	Keyakinan terhadap toko online website perusahaan	1. Semua toko <i>online</i> dapat dipercaya					
		2. Saya hanya berbelanja <i>online</i> di website yang sudah terkenal saja di Indonesia					
		3. Saya hanya percaya beberapa nama besar website <i>online</i> yang memiliki reputasi baik di Indonesia					
		4. Saya lebih percaya berbelanja secara <i>offline</i> daripada belanja secara <i>online</i>					
	Keyakinan terhadap penjual online perorangan	1. Saya ragu melakukan pembelian secara <i>online</i> pada penjual online perorangan yang ada di media sosial					
		2. Banyaknya kasus penipuan <i>online shop</i> di media sosial membuat saya kurang percaya untuk belanja secara <i>online</i>					
		3. Semua penjual <i>online</i> perorangan di media social memiliki reputasi terpercaya					
		4. Saya lebih suka belanja <i>online</i> pada penjual <i>online</i> perorangan dari pada toko <i>online</i> (website)					

#### V. Kuesioner Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Pernyataan	Jawaban				
			SS	S	R	TS	STS
Keputusan Pembelian (Y)	Pencarian informasi	1. Saya membeli produk <i>online shop</i> karena melihat iklan di media elektronik					
		2. Saya membeli produk di <i>online shop</i> setelah melakukan perbandingan dengan toko <i>offline</i> dan situs <i>online shop</i> lainnya					
		3. Saya membeli produk <i>online shop</i> karena sudah mendapatkan referensi dari iklan dan orang terdekat					
	Proses dalam pengambilan keputusan	1. Saya membeli produk <i>online shop</i> karena prosesnya mudah					
		2. Saya yakin dengan belanja <i>online shop</i> membuat hidup lebih praktis					
		3. Saya yakin membeli produk <i>online shop</i> merupakan keputusan yang tepat					

## Lampiran 2 : Uji Validitas dan Reliabilitas

### Validitas

#### Variabel X, Variabel Z, dan Variabel Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	35

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	133.27	71.926	.670	.964
X1.2	133.37	74.654	.407	.966
X1.3	133.33	72.989	.673	.965
X1.4	133.30	71.734	.802	.964
X1.5	133.20	69.821	.880	.963
X1.6	133.30	71.734	.802	.964
X2.1	133.30	72.907	.570	.965
X2.2	133.23	69.909	.934	.963
X2.3	133.23	71.151	.732	.964
X2.4	134.20	68.717	.379	.974
X2.5	133.30	71.734	.802	.964
X3.1	133.27	71.237	.791	.964
X3.2	133.30	72.079	.733	.964
X3.3	133.30	71.666	.816	.964
X3.4	133.27	71.926	.670	.964
X3.5	133.30	72.907	.570	.965
X4.1	133.27	71.237	.791	.964
X4.2	133.30	71.666	.816	.964
X4.3	133.20	69.821	.880	.963
X4.4	133.23	71.151	.732	.964
X4.5	133.27	71.513	.742	.964
Z1.1	135.37	74.654	.407	.966
Z1.2	133.30	71.734	.802	.964

Z1.3	133.33	73.333	.593	.965
Z1.4	133.27	70.409	.938	.963
Z2.1	135.37	74.654	.407	.966
Z2.2	133.23	70.599	.821	.963
Z2.3	135.27	72.754	.525	.965
Z2.4	133.23	70.737	.799	.964
Y1.1	133.27	71.237	.791	.964
Y1.2	133.23	71.909	.610	.965
Y1.3	133.17	70.282	.763	.964
Y2.1	133.23	72.530	.511	.965
Y2.2	133.33	72.989	.673	.965
Y2.3	133.27	71.513	.742	.964

## Reliabilitas

### X<sub>1</sub> (Harga)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	6

#### 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	20.50	1.293	.702	.816
X1.2	20.60	1.834	.195	.885
X1.3	20.57	1.495	.652	.828
X1.4	20.53	1.361	.717	.813
X1.5	20.43	1.151	.743	.812
X1.6	20.53	1.292	.835	.790



**X<sub>2</sub> (Produk)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	5

**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	15.63	2.585	.499	.625
X2.2	15.57	2.254	.677	.551
X2.3	15.57	2.323	.607	.574
X2.4	16.53	1.292	.390	.845
X2.5	15.63	2.516	.577	.605

**Scale: X<sub>3</sub> (Kemudahan Transaksi)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

**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	16.43	.944	.746	.770
X3.2	16.47	1.085	.608	.811
X3.3	16.47	1.085	.608	.811
X3.4	16.43	.944	.746	.770
X3.5	16.47	1.154	.484	.842

**Scale: X<sub>4</sub> (Keamanan Transaksi)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	16.60	1.490	.784	.866
X4.2	16.63	1.620	.719	.882
X4.3	16.53	1.292	.880	.842
X4.4	16.57	1.426	.774	.868
X4.5	16.60	1.628	.594	.906

**Scale: Y<sub>1</sub> (Pencarian Informasi)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	8.40	.455	.650	.556
Y1.2	8.37	.516	.401	.820
Y1.3	8.30	.355	.659	.518

**Scale: Y<sub>2</sub> (Proses Pengambilan Keputusan)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	8.20	.303	.495	.788
Y2.2	8.30	.424	.501	.759
Y2.3	8.23	.254	.805	.362

**Z<sub>1</sub> (Keyakinan terhadap *Online Perusahaan Website*)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1.1	12.30	.631	.642	.842
Z1.2	10.23	.461	.716	.793
Z1.3	10.27	.547	.637	.826
Z1.4	10.20	.372	.850	.731

**Z<sub>2</sub> (Keyakinan terhadap *Penjual Online Perorangan*)****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z2.1	10.47	.809	.532	.746
Z2.2	8.33	.506	.682	.620
Z2.3	10.37	.654	.436	.764
Z2.4	8.33	.506	.682	.620

### Lampiran 3 : Hasil Jawaban Karakteristik Responden

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	28	7,3	7,3	7,3
	18	16	4,2	4,2	11,5
	19	6	1,6	1,6	13,0
	20	18	4,7	4,7	17,7
	21	15	3,9	3,9	21,6
	22	15	3,9	3,9	25,5
	24	20	5,2	5,2	30,7
	25	11	2,9	2,9	33,6
	26	9	2,3	2,3	35,9
	27	9	2,3	2,3	38,3
	28	14	3,6	3,6	41,9
	29	9	2,3	2,3	44,3
	30	13	3,4	3,4	47,7
	31	15	3,9	3,9	51,6
	32	17	4,4	4,4	56,0
	33	15	3,9	3,9	59,9
	34	12	3,1	3,1	63,0
	35	16	4,2	4,2	67,2
	36	31	8,1	8,1	75,3
	37	9	2,3	2,3	77,6
	39	13	3,4	3,4	81,0
	40	13	3,4	3,4	84,4
	43	14	3,6	3,6	88,0
	44	10	2,6	2,6	90,6
	45	14	3,6	3,6	94,3
	47	11	2,9	2,9	97,1
	50	11	2,9	2,9	100,0
Total		384	100,0	100,0	

**Jenis Kelamin Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	184	47,9	47,9	47,9
	2	200	52,1	52,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Pendidikan Terakhir**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	33	8,6	8,6	8,6
	3	59	15,4	15,4	24,0
	4	41	10,7	10,7	34,6
	5	251	65,4	65,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Pekerjaan Responden**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	32	8,3	8,3	8,3
	2	75	19,5	19,5	27,9
	3	18	4,7	4,7	32,6
	4	13	3,4	3,4	35,9
	5	177	46,1	46,1	82,0
	6	46	12,0	12,0	94,0
	7	23	6,0	6,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Pendapatan Bulanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	107	27,9	27,9	27,9
	2	113	29,4	29,4	57,3
	3	137	35,7	35,7	93,0
	4	27	7,0	7,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Melakukan Belanja Online**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	4,2	4,2	4,2
	2	100	26,0	26,0	30,2
	3	116	30,2	30,2	60,4
	4	152	39,6	39,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Media yang Digunakan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	185	48,2	48,2	48,2
	2	156	40,6	40,6	88,8
	3	43	11,2	11,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Responden memilih lebih dari satu pilihan situs belanja online**

		Responden Memilih Belanja di Perusahaan Online	Responden Memilih Belanja Di Media Sosial	Responden Memilih Belanja di Situs Jual Beli Online
N	Valid	314	294	311
	Missing	70	90	73

**Responden Memilih Belanja di Perusahaan Online**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	314	81,8	100,0	100,0
Missing	System	70	18,2		
	Total	384	100,0		

**Responden Memilih Belanja Di Media Sosial**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	294	76,6	100,0	100,0
Missing	System	90	23,4		
	Total	384	100,0		

**Responden Memilih Belanja di Situs Jual Beli Online**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	311	81,0	100,0	100,0
Missing	System	73	19,0		
Total		384	100,0		

**Responden memilih lebih dari satu pilihan produk yang dibeli**

		Responden Membeli Produk Fashion	Responden Membeli Produk Elektronik	Responden Membeli Produk Kosmetik	Responden Membeli Produk Tiket	Responden Membeli Produk Lainnya
N	Valid	313	216	188	90	36
	Missing	71	168	196	294	348

**Responden Membeli Produk Fashion**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	313	81.5	100.0	100.0
Missing	System	71	18.5		
Total		384	100.0		

**Responden Membeli Produk Elektronik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	216	56.3	100.0	100.0
Missing	System	168	43.8		
Total		384	100.0		

**Responden Membeli Produk Kosmetik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	188	49.0	100.0	100.0
Missing	System	196	51.0		
Total		384	100.0		



**Responden Membeli Produk Tiket**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	90	23.4	100.0	100.0
Missing	System	294	76.6		
Total		384	100.0		

**Responden Membeli Produk Lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	36	9.4	100.0	100.0
Missing	System	348	90.6		
Total		384	100.0		

## Lampiran 4 : Hasil Pengolahan Data Variabel Penelitian

### Variabel X<sub>1</sub>

	Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4	Pertanyaan5	Pertanyaan6
N Valid	384	384	384	384	384	384
Missing	0	0	0	0	0	0

#### Pertanyaan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	.5	.5	.5
	4	108	28.1	28.1	28.6
	5	274	71.4	71.4	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	40	10.4	10.4	10.4
	5	344	89.6	89.6	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	154	40.1	40.1	40.1
	5	230	59.9	59.9	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	1.6	1.6	1.6
	4	224	58.3	58.3	59.9
	5	154	40.1	40.1	100.0
Total		384	100.0	100.0	

**Pertanyaan5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	362	94.3	94.3	94.3
	5	22	5.7	5.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	64	16.7	16.7	16.7
	5	320	83.3	83.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Hasil Pengolahan Data Variabel X<sub>2</sub>**

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4	Pertanyaan5
N	Valid	384	384	384	383	384
	Missing	0	0	0	1	0

**Pertanyaan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	58	15.1	15.1	15.1
	5	326	84.9	84.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	3.1	3.1	3.1
	3	2	.5	.5	3.6
	4	294	76.6	76.6	80.2
	5	76	19.8	19.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	69	18.0	18.0	18.0
	5	315	82.0	82.0	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1.3	1.3	1.3
	2	26	6.8	6.8	8.1
	3	7	1.8	1.8	9.9
	4	272	70.8	71.0	80.9
	5	73	19.0	19.1	100.0
	Total	383	99.7	100.0	
Missing	System	1	.3		
	Total	384	100.0		

**Pertanyaan5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	30	7.8	7.8	7.8
	3	7	1.8	1.8	9.6
	4	160	41.7	41.7	51.3
	5	187	48.7	48.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Hasil Pengolahan Data Variabel X<sub>3</sub>**

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4	Pertanyaan5
N	Valid	384	384	384	384	384
	Missing	0	0	0	0	0

**Pertanyaan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	2.9	2.9	2.9
	3	3	.8	.8	3.6
	4	280	72.9	72.9	76.6
	5	90	23.4	23.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	18	4.7	4.7	4.7
	3	3	.8	.8	5.5
	4	299	77.9	77.9	83.3
	5	64	16.7	16.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	254	66.1	66.1	66.1
	5	130	33.9	33.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	164	42.7	42.7	42.7
	5	220	57.3	57.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	208	54.2	54.2	54.2
	5	176	45.8	45.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

### Hasil Pengolahan Data Variabel X<sub>4</sub>

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4	Pertanyaan5
N	Valid	384	384	384	384	384
	Missing	0	0	0	0	0

#### Pertanyaan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	157	40.9	40.9	40.9
	5	227	59.1	59.1	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	210	54.7	54.7	54.7
	5	174	45.3	45.3	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	1.6	1.6	1.6
	2	127	33.1	33.1	34.6
	3	6	1.6	1.6	36.2
	4	221	57.6	57.6	93.8
	5	24	6.3	6.3	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	254	66.1	66.1	66.1
	5	130	33.9	33.9	100.0
Total		384	100.0	100.0	

**Pertanyaan5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	.3	.3	.3
	4	328	85.4	85.4	85.7
	5	55	14.3	14.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Hasil Pengolahan Data Variabel Z<sub>1</sub>**

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4
N	Valid	384	384	384	384
	Missing	0	0	0	0

**Pertanyaan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	15	3.9	3.9	3.9
	2	308	80.2	80.2	84.1
	3	60	15.6	15.6	99.7
	4	1	.3	.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	135	35.2	35.2	35.2
	5	249	64.8	64.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	258	67.2	67.2	67.2
	5	126	32.8	32.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	297	77.3	77.3	77.3
	5	87	22.7	22.7	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Hasil Pengolahan Data Variabel Z<sub>2</sub>**

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3	Pertanyaan4
N	Valid	384	384	384	384
	Missing	0	0	0	0

**Pertanyaan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	303	78.9	78.9	78.9
	3	21	5.5	5.5	84.4
	4	60	15.6	15.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	210	54.7	54.7	54.7
	5	174	45.3	45.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	214	55.7	55.7	55.7
	2	169	44.0	44.0	99.7
	4	1	.3	.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	



**Pertanyaan4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	.5	.5	.5
	2	256	66.7	66.7	67.2
	3	3	.8	.8	68.0
	4	117	30.5	30.5	98.4
	5	6	1.6	1.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Hasil Pengolahan Data Variabel Y<sub>1</sub>**

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3
N	Valid	384	384	384
	Missing	0	0	0

**Pertanyaan1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	240	62.5	62.5	62.5
	5	144	37.5	37.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	236	61.5	61.5	61.5
	5	148	38.5	38.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

**Pertanyaan3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	268	69.8	69.8	69.8
	5	116	30.2	30.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

### Hasil Pengolahan Data Variabel Y<sub>2</sub>

		Pertanyaan1	Pertanyaan2	Pertanyaan3
N	Valid	384	384	384
	Missing	0	0	0

#### Pertanyaan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	201	52.3	52.3	52.3
	5	183	47.7	47.7	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	260	67.7	67.7	67.7
	5	124	32.3	32.3	100.0
Total		384	100.0	100.0	

#### Pertanyaan3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	235	61.2	61.2	61.2
	5	149	38.8	38.8	100.0
Total		384	100.0	100.0	

## Lampiran 5 : Hasil Pengolahan Data Partial Least Square

### Outer Loadings

	Faktor Pertimbangan Konsumen	Harga	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Kepercayaan	Keputusan Pembelian	Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan	Keyakinan Terhadap Toko Online Website	Moderating Effect 1	Pencarian Informasi	Produk	Proses Pengambilan Keputusan
Faktor Pertimbangan Konsumen * Kepercayaan									1			
X1.1		0.413										
X1.1	0.207											
X1.2		0.848										
X1.2	0.685											
X1.3		0.49										
X1.3	0.507											
X1.4		0.278										
X1.4	0.057											
X1.5		-										
X1.5	-0.098	0.146										
X1.6		0.614										
X1.6	0.475											
X2.1											0.801	
X2.1	0.712											
X2.2											0.194	
X2.2	0.143											

X2.3												0.832
X2.3	0.727											
X2.4												-0.031
X2.4	-0.023											
X2.5												0.208
X2.5	0.138											
X3.1				0.376								
X3.1	0.169											
X3.2				0.279								
X3.2	0.152											
X3.3				0.173								
X3.3	0.09											
X3.4				0.364								
X3.4	0.495											
X3.5				0.31								
X3.5	0.192											
X4.1			0.703									
X4.1	0.4											
X4.2			0.652									
X4.2	0.376											
X4.3			-0.406									
X4.3	-0.256											
X4.4			0.418									
X4.4	0.275											
X4.5			0.118									

X4.5	0.089										
Y1.1									0.06		
Y1.1						-0.018					
Y1.2									0.783		
Y1.2						0.621					
Y1.3									0.711		
Y1.3						0.552					
Y2.1											0.819
Y2.1						0.71					
Y2.2											0.69
Y2.2						0.58					
Y2.3											0.254
Y2.3						0.208					
Z1.1								0.352			
Z1.1					0.356						
Z1.2								0.239			
Z1.2					0.152						
Z1.3								-0.787			
Z1.3					-0.604						
Z1.4								-0.724			
Z1.4					-0.479						
Z2.1								0.747			
Z2.1					0.647						
Z2.2								0.319			
Z2.2					0.724						



X1.2	0.735	0.864	0.214	0.119	0.005	-0.076	0.09	0.524	0.103
X1.6	0.624	0.805	0.322	0.147	-0.231	0.045	0.148	0.26	0.096
X1.6	0.624	0.805	0.322	0.147	-0.231	0.045	0.148	0.26	0.096
X2.1	0.642	0.408	0.17	0.286	0.184	-0.147	0.205	0.818	0.258
X2.1	0.642	0.408	0.17	0.286	0.184	-0.147	0.205	0.818	0.258
X2.3	0.678	0.389	0.271	0.24	0.137	-0.136	0.184	0.838	0.206
X2.3	0.678	0.389	0.271	0.24	0.137	-0.136	0.184	0.838	0.206
X4.1	0.535	0.284	0.819	0.255	-0.14	0.048	0.243	0.207	0.185
X4.1	0.535	0.284	0.819	0.255	-0.14	0.048	0.243	0.207	0.185
X4.2	0.502	0.222	0.792	0.205	-0.142	-0.015	0.148	0.225	0.185
X4.2	0.502	0.222	0.792	0.205	-0.142	-0.015	0.148	0.225	0.185
Y1.2	0.164	0.099	0.105	0.622	0.28	0.073	0.782	0.165	0.264
Y1.2	0.164	0.099	0.105	0.622	0.28	0.073	0.782	0.165	0.264
Y1.3	0.24	0.11	0.271	0.552	-0.084	-0.101	0.712	0.188	0.25
Y1.3	0.24	0.11	0.271	0.552	-0.084	-0.101	0.712	0.188	0.25
Y2.1	0.277	0.124	0.206	0.705	0.365	0.031	0.29	0.301	0.812
Y2.1	0.277	0.124	0.206	0.705	0.365	0.031	0.29	0.301	0.812
Y2.2	0.137	0.056	0.146	0.606	0.191	-0.016	0.24	0.118	0.734
Y2.2	0.137	0.056	0.146	0.606	0.191	-0.016	0.24	0.118	0.734
Z2.1	-0.033	-0.077	-0.258	0.13	0.614	-0.073	0.058	0.21	0.144
Z2.2	-0.026	-0.118	-0.109	0.341	0.954	-0.025	0.151	0.15	0.381

**R Square**

	R Square
Harga	0.668
Keamanan Transaksi	0.414
Keputusan Pembelian	0.226
Pencarian Informasi	0.619
Produk	0.636
Proses Pengambilan Keputusan	0.723

**Composite Reliability**

Composite Reliability	
Faktor Pertimbangan Konsumen	0.79
Harga	0.821
Keamanan Transaksi	0.788
Keputusan Pembelian	0.717
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan	0.775
Moderating Effect 1	1
Pencarian Informasi	0.717
Produk	0.813
Proses Pengambilan Keputusan	0.749



**AVE (Average Variance Extracted)**

Average Variance Extracted (AVE)	
Faktor Pertimbangan Konsumen	0.39
Harga	0.697
Keamanan Transaksi	0.65
Keputusan Pembelian	0.389
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan	0.643
Moderating Effect 1	1
Pencarian Informasi	0.56
Produk	0.685
Proses Pengambilan Keputusan	0.599

**Cronbach Alpha**

Cronbach's Alpha	
Faktor Pertimbangan Konsumen	0.681
Harga	0.568
Keamanan Transaksi	0.461
Keputusan Pembelian	0.477
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan	0.516
Moderating Effect 1	1
Pencarian Informasi	0.214
Produk	0.541
Proses Pengambilan Keputusan	0.333

**Bootstrap****Path Coefficient**

Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Harga	0.817	0.816	0.034	24.301	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keamanan Transaksi	0.644	0.645	0.032	20.276	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keputusan Pembelian	0.344	0.344	0.041	8.337	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Produk	0.797	0.797	0.03	26.433	0
Keputusan Pembelian -> Pencarian Informasi	0.787	0.788	0.027	29.387	0
Keputusan Pembelian -> Proses Pengambilan Keputusan	0.85	0.852	0.017	49.19	0
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Keputusan Pembelian	0.342	0.34	0.046	7.455	0
Moderating Effect 1 -> Keputusan Pembelian	0.051	0.048	0.043	1.178	0.239

**Total Effect Mean, STDEV, T-Values, P-Values**

Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Harga	0.817	0.816	0.034	24.301	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keamanan Transaksi	0.644	0.645	0.032	20.276	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keputusan Pembelian	0.344	0.344	0.041	8.337	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Pencarian Informasi	0.271	0.271	0.035	7.696	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Produk	0.797	0.797	0.03	26.433	0
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Proses Pengambilan Keputusan	0.293	0.293	0.036	8.143	0
Keputusan Pembelian -> Pencarian Informasi	0.787	0.788	0.027	29.387	0
Keputusan Pembelian -> Proses Pengambilan Keputusan	0.85	0.852	0.017	49.19	0
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Keputusan Pembelian	0.342	0.34	0.046	7.455	0

Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Pencarian Informasi	0.269	0.268	0.037	7.289	0
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Proses Pengambilan Keputusan	0.29	0.29	0.041	7.074	0
Moderating Effect 1 -> Keputusan Pembelian	0.051	0.048	0.043	1.178	0.239
Moderating Effect 1 -> Pencarian Informasi	0.04	0.038	0.034	1.173	0.242
Moderating Effect 1 -> Proses Pengambilan Keputusan	0.043	0.041	0.037	1.173	0.241

### Confidence Intervals

Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2.50%	97.50%	
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Harga	0.817	0.816	0.728	0.867
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keamanan Transaksi	0.644	0.645	0.573	0.7
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keputusan Pembelian	0.344	0.344	0.262	0.421
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Pencarian Informasi	0.271	0.271	0.202	0.338
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Produk	0.797	0.797	0.724	0.848
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Proses Pengambilan Keputusan	0.293	0.293	0.222	0.36
Keputusan Pembelian -> Pencarian Informasi	0.787	0.788	0.731	0.832
Keputusan Pembelian -> Proses Pengambilan Keputusan	0.85	0.852	0.813	0.88
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Keputusan Pembelian	0.342	0.34	0.249	0.425
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Pencarian Informasi	0.269	0.268	0.193	0.339
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Proses Pengambilan Keputusan	0.29	0.29	0.208	0.365
Moderating Effect 1 -> Keputusan Pembelian	0.051	0.048	-0.032	0.133
Moderating Effect 1 -> Pencarian Informasi	0.04	0.038	-0.025	0.104
Moderating Effect 1 -> Proses Pengambilan Keputusan	0.043	0.041	-0.028	0.114

### Confidence Intervals Bias Corrected

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Bias	2.50%	97.50%
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Harga	0.817	0.816	-0.002	0.747	0.871
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keamanan Transaksi	0.644	0.645	0.002	0.585	0.703
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Keputusan Pembelian	0.344	0.344	-0.001	0.262	0.421
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Pencarian Informasi	0.271	0.271	0	0.203	0.34
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Produk	0.797	0.797	0	0.736	0.855
Faktor Pertimbangan Konsumen -> Proses Pengambilan Keputusan	0.293	0.293	0	0.226	0.363
Keputusan Pembelian -> Pencarian Informasi	0.787	0.788	0.001	0.739	0.835
Keputusan Pembelian -> Proses Pengambilan Keputusan	0.85	0.852	0.002	0.82	0.883
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Keputusan Pembelian	0.342	0.34	-0.001	0.25	0.429
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Pencarian Informasi	0.269	0.268	-0.001	0.191	0.338
Keyakinan Terhadap Toko Online Perorangan -> Proses Pengambilan Keputusan	0.29	0.29	0	0.212	0.367
Moderating Effect 1 -> Keputusan Pembelian	0.051	0.048	-0.003	-0.039	0.129
Moderating Effect 1 -> Pencarian Informasi	0.04	0.038	-0.002	-0.03	0.103
Moderating Effect 1 -> Proses Pengambilan Keputusan	0.043	0.041	-0.002	-0.031	0.111