

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh Karakteristik *eWOM* (*eWOM Quantity*, *eWOM Credibility*, *eWOM Quality*) terhadap Niat Membeli Ulang Secara *Online* pada situs jual beli Bukalapak.com di Yogyakarta serta bagaimana Kepercayaan dan *Perceived Usefulness* berperan sebagai variabel pemediasi (*mediating variable*), implikasi manajerial, saran untuk penelitian selanjutnya, dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada bab sebelumnya, peneliti dapat menentukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan dari uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Melalui hasil analisis data yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa dari 3 karakteristik *eWOM* (Bataineh., 2015) yaitu *eWOM Quantity*, *eWOM Credibility*, *eWOM Quality*, terdapat 1 karakteristik yang tidak memiliki pengaruh secara langsung (signifikan dan negatif) terhadap niat membeli ulang secara *online* yaitu *eWOM Quantity* pada Bukalapak.com. (**H1 ditolak, H2 & H3 diterima**).

b. Melalui hasil analisis data yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa Kepercayaan mampu memediasi pengaruh *eWOM Credibility* dan *eWOM Quality* terhadap niat membeli ulang secara *online* secara tidak langsung yang signifikan dan positif, namun terdapat 1 karakteristik *eWOM* yang tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung (tidak signifikan) terhadap niat membeli ulang secara *online* yaitu *eWOM Quantity* pada Bukalapak.com. (**H4 ditolak, H5 & H6 diterima**).

c. Melalui hasil analisis data yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa *Perceived Usefulness* mampu memediasi pengaruh *eWOM Quality* terhadap niat membeli ulang secara *online* secara tidak langsung yang signifikan dan positif, namun terdapat 2 karakteristik *eWOM* yang tidak memiliki pengaruh secara tidak langsung (tidak signifikan) terhadap niat membeli ulang secara *online* yaitu *eWOM Quantity* dan *eWOM Credibility* pada Bukalapak.com. (**H7 & H8 ditolak, H9 diterima**).

2. Kesimpulan dari uji beda dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Terdapat perbedaan penilaian responden berdasarkan Usia terhadap variabel *eWOM Credibility* di Bukalapak.com.
- b. Tidak terdapat perbedaan penilaian responden berdasarkan jenis kelamin terhadap variabel *eWOM Quantity*, *eWOM*

Credibility, *eWOM Quality*, Kepercayaan, *Perceived Usefulness*, dan Niat Membeli Ulang di Bukalapak.com.

- c. Terdapat perbedaan penilaian responden berdasarkan Jumlah Uang Saku per Bulan terhadap variabel *eWOM Credibility*, *quality*, kepercayaan, *perceived usefulness* dan Niat Membeli Ulang di Bukalapak.com.
- d. Terdapat perbedaan penilaian responden berdasarkan Intensitas Belanja dalam Tiga Bulan Terakhir terhadap variabel *eWOM Quantity*, *credibility*, *quality* dan Kepercayaan di Bukalapak.com.

5.2. Implikasi Manajerial

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh Karakteristik *eWOM* (*eWOM Quantity*, *eWOM Credibility*, *eWOM Quality*) terhadap Niat Membeli Ulang Secara *Online* pada situs jual beli Bukalapak.com di Yogyakarta serta bagaimana Kepercayaan dan *Perceived Usefulness* berperan sebagai variabel pemediasi (*mediating variable*) yang dijelaskan sebagai berikut:

a. *eWOM Quantity*

Kuantitas *eWOM* yang terlalu banyak akan menimbulkan (*information overload*) yang akan berpengaruh negatif terhadap niat membeli ulang seorang konsumen, hal ini dapat mengindikasikan bahwa informasi (ulasan konsumen) dalam jumlah yang berlebihan justru berpotensi menyebabkan konsumen menjadi bingung, atau dengan kata lain hal tersebut akan mencegah konsumen memproses informasi yang ada untuk membuat keputusan pembelian maka Kuantitas *eWOM*

harus dibatasi jumlahnya agar tidak membuat konsumen bingung dalam mencerna informasi yang ada. Penjual bisa mencegah hal tersebut terjadi dengan memberikan *feedback* pada setiap ulasan yang dibuat konsumen, dengan begitu konsumen lain akan lebih percaya terhadap ulasan tersebut.

b. *eWOM Credibility & Quality*

Kualitas dan Kredibilitas *eWOM* memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap niat membeli ulang konsumen. Jika penjual *online* dapat menyediakan informasi yang penting (berkualitas), informasi yang *up to date*, kredibel, dan relevan pada suatu situs *online*, ditambah dengan ulasan *online* yang diberikan konsumen lain berkualitas, maka konsumen akan lebih cenderung mengunjungi kembali situs *online* tersebut untuk melakukan pembelian lagi dimasa depan. Penjual harus dapat bekerjasama dengan situs belanja *online* agar informasi berupa ulasan konsumen atas suatu produk dapat muncul berurutan berawal dari informasi (komentar) yang paling baru. Hal ini dapat dilakukan perusahaan dengan membuat lingkungan virtual *online* (forum *online*) khusus kepada konsumen untuk memposting komentar, ulasan, dan saran terhadap suatu produk yang selalu *ter-update*.

c. Kepercayaan

Suatu situs belanja *online* tidak cukup hanya dengan mengandalkan banyaknya kuantitas ulasan konsumen yang ada, hal tersebut belum dapat membangun kepercayaan konsumen secara penuh. Situs *online* yang memberikan informasi secara *up to date*, konsisten, dan relevan akan berperan sebagai wajah dari karakteristik penjual, maka konsumen akan cenderung bergantung pada penjual

yang memposting informasi yang lebih lengkap dan efisien, oleh sebab itu keberadaan informasi yang terbaru, lengkap, relevan, dan aktual yang disediakan pada *platform* penjual secara *online* akan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian berulang pada suatu situs belanja *online* (bukalapak.com). Perusahaan harus bisa meng*update* data produk yang paling akurat dengan menggunakan informasi terbaru dan terlengkap yang dimiliki penjual untuk membangun kepercayaan konsumen tersebut.

d. *Perceived Usefulness*

Situs belanja *online* tidak akan bertahan hanya dengan mengandalkan ulasan konsumen yang memiliki kuantitas tinggi dan tingkat kredibilitas yang tinggi pula. Konsumen lebih melihat pada kelengkapan dan relevansi suatu ulasan konsumen yang akan memiliki pengaruh signifikan terhadap pandangan konsumen tersebut dalam menilai bahwa situs *online* memiliki kegunaan yang bermanfaat yang membantu konsumen membuat keputusan pembelian. Perusahaan harus memberikan data yang berkualitas jika ingin menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian yang tepat, perusahaan harus memberikan data produk yang berkualitas tinggi dan akurat. Perusahaan dapat memberikan pengalaman belanja yang lancar kepada konsumen dengan memastikan iklan disitus belanja *online* menampilkan informasi yang sama tentang produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Jika konsumen telah menilai bahwa situs *online* menyediakan informasi yang berkualitas (akurat, relevan, *up to date*, dan spesifik), maka konsumen akan bertahan pada situs *online* tersebut serta melakukan pembelian kembali di masa yang akan datang.

5.3. Saran dan Keterbatasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden hanya secara *online* sehingga responden tidak bisa bertanya langsung kepada peneliti jika ada pertanyaan yang membingungkan.

Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini memiliki indikator yang mengalami pengalihan Bahasa dikarenakan peneliti tidak melakukan *back translation* untuk membuat pertanyaan kuesioner kepada responden. Hal ini memungkinkan terjadinya kesalahan interpretasi jawaban responden terhadap *item* pertanyaan kuesioner.

Dari sudut pandang metodologis, penelitian ini telah menggunakan *purposive sampling* dengan ukuran terbatas. Sampel terdiri dari responden berupa mahasiswa Universitas di Kota Yogyakarta, penelitian selanjutnya disarankan melakukan penelitian di kota lain seperti di Jakarta yang dirasa memiliki pangsa pasar yang lebih besar atau memperluas lagi lingkup penelitian di Indonesia.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menguji perbedaan antar generasi pengguna internet dikarenakan dalam penelitian ini responden hanya berupa mahasiswa (*internet native*).

Konsumen di era modern ini lebih biasa menerima informasi berupa ulasan, foto, dan video untuk menggambarkan pendapat pribadi konsumen tentang suatu produk atau layanan. Hal ini akan lebih membantu konsumen untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih baik tentang pengalaman konsumen lain oleh karena itu, penelitian lebih lanjut disarankan untuk dapat menganalisis pengaruh *eWOM* visual (Matute *et al.*, 2016) pada perilaku niat membeli ulang konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Kashif, Sobia Zaman, and Zoya Wajid Satti. 2017. Impact of online store atmosphere, customized information and customer satisfaction on online repurchase intention. *Global Management Journal for Academic & Corporate Studies* 7, (2): 22-34, <https://search.proquest.com/docview/2007670714?accountid=4436> (diakses pada 21 Mei 2018).
- Adi, Pramono Hari, Faizal Wihuda, and Wiwiek Rabiatal Adawiyah. 2017. THE ROLE OF SOCIAL MEDIA BROWSING INTENTION FOR BEHAVIORAL OUTCOMES OF YOUNG CONSUMERS. *Trziste = Market* 29, (1): 39-57, <https://search.proquest.com/docview/1926952292?accountid=4436> (diakses pada 5 September 2018).
- Al-Debei, Mutaz, Mamoun N. Akroush, and Mohamed Ibrahim Ashouri. 2015. Consumer attitudes towards online shopping. *Internet Research* 25, (5): 707-733, <https://search.proquest.com/docview/1716887081?accountid=4436> (diakses pada 9 September 2018).
- Balaraman, Premkumar, and Kalpana Kosalram. 2012. E-commerce evaluation and E business trends. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business* 4, (5) (10): 9-16, <https://search.proquest.com/docview/1625907966?accountid=4436> (diakses pada 15 Mei 2018).
- Bataineh, A.Q. 2015. The impact of perceived e-WOM on purchase intention: The mediating role of corporate image. *International Journal of Marketing Studies* 7, (1): 126-137, <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126> (diakses pada 15 Mei 2018).
- Bhayani, Sanjay, and Nishant V. Vachhani. 2014. Internet marketing vs traditional marketing: A comparative analysis. *FIIB Business Review* 3, (3) (Jul): 53-63, <https://search.proquest.com/docview/1970210044?accountid=4436> (diakses pada 15 Mei 2018).

Cheung, C. M. K. and Thadani, D. 2012. The impact of electronic word-of-mouth communication : a literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, Vol. 54 No. 1, pp. 461-470, <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008> (diakses pada 26 September 2018).

Filieri, R. (2015), "What makes online reviews helpful? A diagnosticity adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM", *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 1, pp. 1261-1270.

Furner, Christopher Paul, Robert Zinko, and Zhen Zhu. 2016. Electronic word-of-mouth and information overload in an experiential service industry. *Journal of Service Theory and Practice* 26, (6): 788-810, <https://search.proquest.com/docview/1835458111?accountid=4436> (diakses pada 21 Mei 2018).

Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2015. Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gurung, Anil, and M. K. Raja. 2016. Online privacy and security concerns of consumers. *Information and Computer Security* 24, (4): 348-371, <https://search.proquest.com/docview/1830061006?accountid=4436> (diakses pada 7 Juni 2018).

Hair Jr, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson. Multivariate Data Analysis Seventh Edition. Harlow: Pearson Education Limited, 2014.

Hidayanto, Achmad Nizar, Mutia Ovirza, Pinkie Anggia, Nur Fitriah Ayuning Budi, and Kongkiti Phusavat. 2017. The roles of electronic word of mouth and information searching in the promotion of a new E-commerce strategy: A case of *online* group buying in indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 12, (3) (09): 69-85, <https://search.proquest.com/docview/1968986076?accountid=4436> (diakses pada 21 Mei 2018).

- Khammash, M. and Griffiths, G.H. (2011), “Arrivederci CIAO.com, Buongiorno Bing.com’ – electronic word-of-mouth (eWOM), antecedences and consequences”, *International Journal of Information Management*, Vol. 31 No. 1, pp. 82-87.
- Lee, Chai Har, Uchenna Cyril Eze, and Oly Ndubisi Nelson. 2011. Analyzing key determinants of *online* repurchase intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 23, (2): 200-221, <https://search.proquest.com/docview/861089862?accountid=4439> (diakses pada 15 Mei 2018).
- Lin, Chinho, and Watcharee Lekhawipat. 2014. Factors affecting online repurchase intention. *Industrial Management & Data Systems* 114, (4): 597-611, <https://search.proquest.com/docview/1520633742?accountid=4436> (diakses pada 7 Juni 2018).
- Luo, Ch., Wang, Y., Wu, N., Liang, X. and Guo, Y. 2014. The influence of EWOM and editor information on information usefulness in virtual community. *Paper 82 Information Systems (PACIS) 2014 Proceedings of the Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS)*, <http://aisel.aisnet.org/pacis2014/82> (diakses pada 21 Mei 2018).
- Matute, Jorge, Yolanda Polo-Redondo, and Ana Utrillas. 2016. The influence of EWOM characteristics on *online* repurchase intention. *Online Information Review* 40, (7): 1090-1110, <https://search.proquest.com/docview/1835917060?accountid=4436> (diakses pada 15 Mei 2018).
- Mindra, I. N., and Sumertajaya, I. M. 2008. Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square. *Jurnal Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*, 119-132. <http://eprints.uny.ac.id/6856/1/M13%20Statistika%28I%20GEDE UNPAD%29.pdf>. (diakses pada 21 Mei 2018).
- Nuryakin, and Naili Farida. 2016. Effects of convenience online shopping and satisfaction on repeat-purchase intention among students of higher institutions in indonesia. *Journal of Internet Banking and Commerce* 21, (2) (08): 1-19, <https://search.proquest.com/docview/1826918058?accountid=4436> (diakses pada 7 Juni 2018).

Park, Ch., Wang, Y., Yao, Y. and Kang, Y.R. (2011), "Factors influencing eWOM effects: using experience, credibility and susceptibility", *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 1 No. 1, pp. 74-79.

Paul C.S. Wu, and Wang Yun-Chen. 2011. The influences of electronic word-of-mouth message appeal and message source credibility on brand attitude. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 23, (4): 448-472,
<https://search.proquest.com/docview/893890231?accountid=44396>
 (diakses pada 21 Mei 2018).

Peng, Lifang, Qinyu Liao, Xiaorong Wang, and Xuanfang He. 2016. Factors affecting female user information adoption: An empirical investigation on fashion shopping guide websites. *Electronic Commerce Research* 16, (2) (06): 145-169,
<https://search.proquest.com/docview/1801553810?accountid=4436>
 6 (diakses pada 10 September 2018).

Seckler, Mirjam, Silvia Heinz, Seamus Forde, Alexandre N. Tuch, and Klaus Opwis. 2015. Trust and distrust on the web: User experiences and website characteristics. *Computers in Human Behavior* 45, (04): 39-50,
<https://search.proquest.com/docview/1685795203?accountid=4436>
 6 (diakses pada 26 September 2018).

Sfenrianto, Tendi Wijaya, and Gunawan Wang. 2018. Assessing the buyer trust and satisfaction factors in the E marketplace. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 13, (2) (05): 43-57,
<https://search.proquest.com/docview/2036395520?accountid=4436>
 6 (diakses pada 21 Mei 2018).

Sharma, Roopali. 2016. E-commerce: An analytical study on its spread and impact on indian economy. *Productivity* 56, (4) (Jan): 338-344,
<https://search.proquest.com/docview/1779946872?accountid=4436>
 6 (diakses pada 21 Mei 2018).

Shin, J.I., Chung, K.H., Oh, J.S. and Lee, Ch.W. (2013), "The effect of site quality on repurchase intention in internet shopping through mediating variables: the case of university students in South Korea", *International Journal of Information Management*, Vol. 33 No. 3, pp. 453-463.

Sicilia, M. and Ruiz, S. (2010), "The effects of the amount of information on cognitive responses in online purchasing tasks", *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 9 No. 2, pp. 183-191.

Yeap, J., Ignatius, J. and Ramayah, Y. (2014), "Determining consumers' most preferred EWOM platform for movie reviews: a fuzzy hierarchy process approach", *Computers in Human Behavior*, Vol. 31 No. 1, pp. 250-258.

Yoo, Jinhee and Ross, Stephen D. (2014), "Understanding Online Purchase Intentions of Licensed Sports Merchandise through Integration of Technology Acceptance Model and Trust", *The Journal of Sport*: Vol. 3 : Iss. 1 , Article 3.

Zhao, X., Lynch, J. G., and Chen, Q. 2010. Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths About Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research* 37, (2): 197–206, <http://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/ZhaoLynchChen2010.pdf>. (diakses pada 30 Oktober 2018).

Zheng, Y., Zhao, K. and Stylianou, A. (2013), "The impact of information quality and system quality on users' continuance intention in information-exchange virtual communities: an empirical investigation", *Decision Support Systems*, Vol. 56 No. 2, pp. 513-524.

DAFTAR LAMAN

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2017). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. Diakses dari <https://apjii.or.id/> pada tanggal 17 Juni 2018.

Badan Pusat Statistik (2017). Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Provinsi tahun ajaran 2013/2014-2014/2015. Diakses dari <https://yogyakarta.bps.go.id/> pada tanggal 22 Juni 2018.

iPrice Group (2018). Peta E-Commerce Indonesia. Diakses dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> pada tanggal 12 September 2018.



LAMPIRAN 1
JURNAL ACUAN



LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

BAGIAN 1: PERNYATAAN FILTER

1. Apakah anda pernah berbelanja di situs jual beli Bukalapak?
 - a. Ya
 - b. Tidak (Berhenti disini)
2. Seberapa sering Anda melakukan belanja *online* dalam waktu 3 bulan?
 - a. 1-3 kali
 - b. 4-6 kali
 - c. 7-9 kali
 - d. > 9 kali

BAGIAN 2: IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Usia: (Optional*)
3. Uang Saku per Bulan
 - a. < Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.000.001 – Rp. 1.500.000
 - c. Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000
 - d. Rp. 2.000.001 – Rp. 2.500.000
 - e. > Rp. 2.500.001
4. Dari mana Anda mengenal dan mengetahui situs Bukalapak? (diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban)
 - a. Iklan televisi
 - b. Iklan internet
 - c. Media sosial
 - d. Rekomendasi keluarga atau teman
 - e. Media cetak
 - f. Lainnya...
5. Produk apa yang biasa Anda beli di situs Bukalapak? (diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban)
 - a. Voucher & Tiket
 - b. Perawatan & Kecantikan
 - c. Kesehatan
 - d. Fashion
 - e. Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)
 - f. Hobi & Koleksi
 - g. Makanan & Minuman
 - h. Otomotif (Mobil & Motor)
 - i. Perlengkapan Kantor
 - j. Lainnya...

6. Metode Pembayaran apa yang biasa Anda gunakan saat berbelanja di situs Bukalapak?

- a. BukaDompot
- b. Mandiri ClickPay
- c. BCA Clicks
- d. Rekening Ponsel CIMB Niaga
- e. Kartu berlogo VISA/MasterCard
- f. Indomaret
- g. Mandiri E-cash
- h. Transfer Bank / ATM
- i. Lainnya...

BAGIAN 3: *eWOM QUANTITY*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Situs bukalapak.com memiliki banyak review konsumen terhadap produk yang saya beli.					
2.	Situs bukalapak.com memiliki banyak informasi terkait produk yang saya beli.					
3.	Terdapat banyak konsumen yang memberikan komentar / ulasan berupa rekomendasi pembelian terhadap produk yang saya beli.					

BAGIAN 4: *eWOM CREDIBILITY*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa rekomendasi konsumen terhadap produk yang saya beli pada situs bukalapak.com handal / kredibel.					
2.	Saya merasa rekomendasi konsumen terhadap produk yang saya beli pada situs bukalapak.com terpercaya.					
3.	Saya merasa review konsumen pada situs bukalapak.com dapat dipercaya.					

BAGIAN 5: eWOM QUALITY

No.	PERNYATAAN		STS	TS	N	S	SS
1.	Timeliness (Ketepatan Waktu)	Setiap saya melakukan pembelian selalu terdapat ulasan konsumen pada situs bukalapak.com.					
2.		Saya merasa setiap ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com selalu up to date.					
3.		Saya merasa setiap ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com bersifat aktual.					
			STS	TS	N	S	SS
1.	Comprehensive-ness (Kelengkapan)	Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com bersifat spesifik dan mendalam terkait produk yang saya beli.					
2.		Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com memiliki seluruh nilai (informasi) yang saya perlukan.					
3.		Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com memenuhi seluruh kebutuhan saya untuk melakukan pembelian.					
			STS	TS	N	S	SS
1.	Relevance (Relevansi)	Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com relevan / berguna untuk keputusan pembelian saya.					

2.		Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com bermanfaat bagi saya.					
3.		Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com membantu saya dalam membuat keputusan pembelian.					
			STS	TS	N	S	SS
1.	Accuracy (Akurasi)	Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com memuat informasi yang akurat.					
2.		Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com memuat informasi yang benar.					
3.		Ulasan konsumen yang terdapat pada situs bukalapak.com memuat informasi yang handal / reliabel.					

BAGIAN 6: KEPERCAYAAN (TRUST)

No.	PERNYATAAN		STS	TS	N	S	SS
1.	Honesty (Kejujuran)	Menurut saya pelapak yang terdapat di situs bukalapak.com telah memenuhi komitmen konsumen untuk berbelanja.					
2.		Saya merasa informasi produk yang diberikan pelapak pada situs bukalapak.com ditulis dengan jujur.					
3.		Saya percaya terhadap kebijakan yang terdapat pada situs bukalapak.com.					

			STS	TS	N	S	SS
1.	Benevolence (Perbuatan Baik)	Saya merasa pelapak yang terdapat pada situs bukalapak.com memiliki tujuan untuk mencapai situasi yang saling menguntungkan terhadap pelanggan.					
2.		Saya merasa pelapak yang terdapat pada situs bukalapak.com peduli dengan kepentingan pelanggannya sekarang dan di masa depan.					
3.		Saya merasa pelapak yang terdapat pada situs bukalapak.com tidak akan dengan sengaja melakukan apapun yang akan merugikan pelanggannya.					
			STS	TS	N	S	SS
1.	Competence (Kemampuan)	Saya merasa pelapak yang terdapat pada situs bukalapak.com memiliki pengalaman yang diperlukan untuk memasarkan produknya.					
2.		Saya merasa pelapak yang terdapat pada situs bukalapak.com memiliki sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan komersialnya.					
3.		Saya merasa pelapak yang terdapat pada situs bukalapak.com telah dengan baik menawarkan produk yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya.					

BAGIAN 7: *PERCEIVED USEFULNESS*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa situs bukalapak.com bermanfaat dalam memberikan informasi yang saya butuhkan untuk membeli suatu produk.					
2.	Saya merasa situs bukalapak.com telah membuat proses pencarian produk terasa lebih mudah.					
3.	Saya merasa situs bukalapak.com telah membuat proses pencarian dan transaksi terasa lebih cepat.					
4.	Saya merasa situs bukalapak.com telah meningkatkan keefektifan saya dalam mencari produk yang ingin saya beli.					

BAGIAN 8: *REPURCHASE INTENTION*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Jika memungkinkan, saya ingin terus membeli produk dari situs bukalapak.com di masa depan.					
2.	Saya berencana untuk terus menggunakan situs bukalapak.com untuk membeli produk yang saya butuhkan.					
3.	Sangat memungkinkan bagi saya untuk terus membeli produk dari situs bukalapak.com di masa depan.					



No.	Apakah Anda pernah berbelanja di situs jual beli bukalapak?	Intensitas berbelanja online dalam waktu 3 bulan terakhir	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Uang Saku per Bulan
1	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
2	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
3	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	<Rp. 1.000.000
4	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
5	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
6	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	24	<Rp. 1.000.000
7	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	> Rp. 2.500.001
8	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	21	> Rp. 2.500.001
9	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
10	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
11	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
12	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	<Rp. 1.000.000
13	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000

14	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
15	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
16	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	<Rp. 1.000.000
17	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
18	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
19	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	25	> Rp. 2.500.001
20	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
21	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	24	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
22	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	> Rp. 2.500.001
23	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	<Rp. 1.000.000
24	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	24	> Rp. 2.500.001
25	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	> Rp. 2.500.001
26	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
27	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
28	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	24	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
29	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
30	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000

31	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	> Rp. 2.500.001
32	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	> Rp. 2.500.001
33	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	<Rp. 1.000.000
34	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
35	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
36	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	<Rp. 1.000.000
37	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
38	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	22	> Rp. 2.500.001
39	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	> Rp. 2.500.001
40	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
41	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
42	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	<Rp. 1.000.000
43	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	23	<Rp. 1.000.000
44	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
45	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
46	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	> Rp. 2.500.001
47	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
48	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
49	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000

50	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
51	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
52	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
53	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
54	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
55	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	> Rp. 2.500.001
56	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
57	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
58	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	20	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
59	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	21	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
60	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	24	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
61	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
62	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
63	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
64	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp.

					1.500.000
65	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
66	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
67	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
68	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
69	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
70	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	21	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
71	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
72	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
73	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	18	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
74	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
75	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	20	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
76	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	19	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
77	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	18	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000

78	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	18	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
79	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
80	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	18	> Rp. 2.500.001
81	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
82	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	23	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
83	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	<Rp. 1.000.000
84	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	<Rp. 1.000.000
85	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
86	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
87	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
88	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	<Rp. 1.000.000
89	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	<Rp. 1.000.000
90	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	24	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
91	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
92	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
93	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000

94	Ya	7 - 9 kali	Laki-laki	22	> Rp. 2.500.001
95	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	23	> Rp. 2.500.001
96	Ya	7 - 9 kali	Perempuan	24	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
97	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	18	<Rp. 1.000.000
98	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
99	Ya	7 - 9 kali	Perempuan	22	> Rp. 2.500.001
100	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	18	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
101	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	25	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
102	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	25	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
103	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
104	Ya	7 - 9 kali	Laki-laki	23	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
105	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
106	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
107	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
108	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	<Rp. 1.000.000
109	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	> Rp. 2.500.001
110	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 2.000.001 - Rp.

					2.500.000
111	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
112	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	20	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
113	Ya	7 - 9 kali	Laki-laki	24	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
114	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
115	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	<Rp. 1.000.000
116	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
117	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
118	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
119	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
120	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	> Rp. 2.500.001
121	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	25	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
122	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
123	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
124	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000

125	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	<Rp. 1.000.000
126	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
127	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
128	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
129	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
130	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	19	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
131	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
132	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
133	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
134	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
135	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
136	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
137	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
138	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
139	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000

140	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	20	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
141	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
142	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	18	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
143	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	<Rp. 1.000.000
144	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	20	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
145	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
146	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	19	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
147	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
148	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
149	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	18	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
150	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
151	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
152	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	> Rp. 2.500.001
153	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
154	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
155	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp.

					1.500.000
156	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
157	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	24	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
158	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
159	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	18	<Rp. 1.000.000
160	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	18	> Rp. 2.500.001
161	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
162	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
163	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	24	> Rp. 2.500.001
164	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
165	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
166	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
167	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
168	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
169	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	20	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
170	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
171	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	> Rp. 2.500.001

172	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
173	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
174	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	24	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
175	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
176	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
177	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
178	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
179	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	<Rp. 1.000.000
180	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	23	> Rp. 2.500.001
181	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
182	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	23	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
183	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
184	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
185	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
186	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	20	> Rp. 2.500.001

187	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
188	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
189	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
190	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	22	<Rp. 1.000.000
191	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	> Rp. 2.500.001
192	Ya	4 - 6 kali	Laki-laki	23	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
193	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
194	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	<Rp. 1.000.000
195	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	19	<Rp. 1.000.000
196	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
197	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
198	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	22	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
199	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	>Rp. 2.500.001
200	Ya	1 - 3 kali	Perempuan	23	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
201	Ya	4 - 6 kali	Perempuan	20	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
202	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	20	<Rp. 1.000.000
203	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	23	> Rp. 2.500.001

204	Ya	1 - 3 kali	Laki-laki	21	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
-----	----	------------	-----------	----	----------------------------------



No.	Sumber mengetahui tentang online shop	Produk yang sering dibeli	Metode Pembayaran
1	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
2	Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
3	Iklan Internet, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Makanan & Minuman	Transfer Bank / ATM
4	Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
5	Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
6	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Makanan & Minuman	Transfer Bank / ATM
7	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Makanan & Minuman	Transfer Bank / ATM
8	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	BukaDompot
9	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
10	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Makanan & Minuman	BukaDompot
11	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
12	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Makanan & Minuman	Transfer Bank / ATM

	atau Teman		
13	Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
14	Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
15	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
16	Iklan Internet, Media Sosial	Hobi & Koleksi	BCA Clicks
17	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	BCA Clicks
18	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	BCA Clicks
19	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
20	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Voucher & Tiket, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BukaDompot
21	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
22	Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
23	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret

24	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	BCA Clicks
25	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Indomaret
26	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BukaDompot
27	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
28	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BCA Clicks
29	Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BCA Clicks
30	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BCA Clicks
31	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	BCA Clicks
32	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
33	Iklan Televisi, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
34	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM

35	Iklan Televisi, Media Sosial	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
36	Media Sosial	Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
37	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
38	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Otomotif (Mobil & Motor)	BukaDompot
39	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
40	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	BukaDompot
41	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Hobi & Koleksi	BukaDompot
42	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
43	Iklan Televisi, Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
44	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
45	Media Sosial	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Indomaret
46	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket	Transfer Bank / ATM
47	Media Sosial	Fashion	Indomaret
48	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Indomaret

49	Iklan Internet, Media Sosial	Voucher & Tiket, Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
50	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Hobi & Koleksi	BCA Clicks
51	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Media Cetak	Fashion	Transfer Bank / ATM
52	Iklan Internet, Media Sosial	Voucher & Tiket, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
53	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Indomaret
54	Media Sosial	Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
55	Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
56	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
57	Iklan Internet, Media Sosial	Voucher & Tiket, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
58	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
59	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Voucher & Tiket, Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
60	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi &	BCA Clicks

		Koleksi	
61	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Voucher & Tiket, Perawatan & Kecantikan, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
62	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Indomaret
63	Iklan Televisi, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
64	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BukaDompot
65	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	BukaDompot
66	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
67	Iklan Televisi, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
68	Iklan Internet, Media Sosial	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
69	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial,	Voucher & Tiket, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera,	BCA Clicks

	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	
70	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
71	Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Indomaret
72	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Mandiri ClickPay
73	Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Mandiri ClickPay
74	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
75	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
76	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion	Transfer Bank / ATM
77	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Hobi & Koleksi, Otomotif (Mobil & Motor)	Indomaret
78	Media Sosial	Fashion	Indomaret
79	Iklan Internet, Media	Otomotif (Mobil & Motor)	BCA Clicks

	Sosial		
80	Media Sosial	Fashion	BCA Clicks
81	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BukaDompot
82	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	BCA Clicks
83	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
84	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Indomaret
85	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
86	Iklan Internet, Media Sosial	Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
87	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion	BCA Clicks
88	Media Sosial	Fashion	Indomaret
89	Iklan Televisi, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
90	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial,	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi &	BCA Clicks

	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Koleksi	
91	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi, Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
92	Iklan Televisi, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
93	Iklan Internet, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
94	Iklan Televisi, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BukaDompot
95	Iklan Internet, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BCA Clicks
96	Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	Mandiri ClickPay
97	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Indomaret
98	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
99	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
100	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga	Fashion	Transfer Bank / ATM

	atau Teman		
101	Iklan Televisi, Media Sosial	Fashion	Indomaret
102	Iklan Televisi, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Hobi & Koleksi, Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
103	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
104	Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BukaDompet
105	Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
106	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
107	Iklan Televisi	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
108	Iklan Televisi, Iklan Internet	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
109	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion	BCA Clicks
110	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Mandiri ClickPay
111	Iklan Televisi,	Fashion	Transfer Bank /

	Rekomendasi Keluarga atau Teman		ATM
112	Iklan Televisi, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
113	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BukaDompot
114	Iklan Televisi, Iklan Internet	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
115	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
116	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
117	Iklan Televisi	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
118	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	BCA Clicks
119	Iklan Televisi, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
120	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
121	Iklan Televisi	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
122	Media Sosial	Fashion	BCA Clicks

123	Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
124	Media Sosial	Voucher & Tiket, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
125	Iklan Televisi, Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
126	Iklan Internet	Fashion	Indomaret
127	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Hobi & Koleksi, Makanan & Minuman	Transfer Bank / ATM
128	Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
129	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
130	Iklan Televisi, Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
131	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
132	Media Sosial	Voucher & Tiket, Fashion	Transfer Bank / ATM
133	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
134	Iklan Televisi, Iklan Internet	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), bukareksa	Transfer Bank / ATM
135	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM

136	Iklan Internet	Perawatan & Kecantikan	Mandiri ClickPay
137	Media Sosial	Fashion	Indomaret
138	Iklan Internet	Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
139	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
140	Iklan Televisi	Perawatan & Kecantikan, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
141	Iklan Televisi	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
142	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
143	Iklan Televisi	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
144	Iklan Televisi, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Perawatan & Kecantikan, Fashion	BCA Clicks
145	Iklan Televisi	Fashion	Indomaret
146	Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
147	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
148	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
149	Rekomendasi Keluarga	Fashion	Indomaret

	atau Teman		
150	Iklan Televisi, Iklan Internet	Fashion, Hobi & Koleksi	Mandiri ClickPay
151	Iklan Televisi	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
152	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BCA Clicks
153	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Kesehatan, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
154	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Hobi & Koleksi, Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
155	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
156	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Indomaret
157	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi, Otomotif (Mobil & Motor)	BukaDompot
158	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
159	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	BCA Clicks

160	Iklan Televisi, Iklan Internet	Perawatan & Kecantikan, Fashion	Transfer Bank / ATM
161	Iklan Internet	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Indomaret
162	Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Fashion	Transfer Bank / ATM
163	Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
164	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
165	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
166	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Media Cetak	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
167	Iklan Internet	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
168	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Mandiri ClickPay
169	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	BukaDompot
170	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
171	Iklan Televisi	Perawatan & Kecantikan, Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks

172	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Voucher & Tiket, Fashion	BCA Clicks
173	Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
174	Media Sosial	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
175	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll)	Transfer Bank / ATM
176	Media Sosial	Fashion	BCA Clicks
177	Media Sosial	Otomotif (Mobil & Motor)	Transfer Bank / ATM
178	Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Indomaret
179	Iklan Televisi, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Indomaret
180	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
181	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Transfer Bank / ATM
182	Iklan Televisi, Iklan Internet	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Mandiri ClickPay
183	Iklan Televisi, Iklan Internet	Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Indomaret

184	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
185	Iklan Televisi	Fashion	Transfer Bank / ATM
186	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	BCA Clicks
187	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
188	Iklan Televisi	Fashion	Transfer Bank / ATM
189	Iklan Televisi	Fashion	Transfer Bank / ATM
190	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
191	Iklan Televisi	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
192	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	BCA Clicks
193	Iklan Televisi, Iklan Internet	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
194	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	BCA Clicks
195	Iklan Televisi, Iklan	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank /

	Internet		ATM
196	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
197	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Mandiri ClickPay
198	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
199	Iklan Televisi	Fashion, Teknologi (Handphone, Tablet, Laptop, Kamera, Elektronik, dll), Hobi & Koleksi	Indomaret
200	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
201	Iklan Televisi, Iklan Internet, Media Sosial	Fashion	Transfer Bank / ATM
202	Iklan Televisi, Iklan Internet, Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion	Mandiri ClickPay
203	Rekomendasi Keluarga atau Teman	Fashion, Hobi & Koleksi	Transfer Bank / ATM
204	Iklan Televisi	Fashion	Indomaret



LAMPIRAN 4
DATA KUESIONER

[illegible]

[illegible]

49	4	5	5	4	4	3	2	2	3	3	5	4	5	5
50	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
51	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5
52	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5
53	5	4	3	4	4	4	5	4	3	2	3	3	3	3
54	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
55	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4
57	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
58	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
60	4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	4	3	3	4
61	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3
62	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	4	4
63	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3
64	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
66	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
67	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
69	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4
70	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
71	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
72	3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
73	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	3	3

74	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4
75	5	5	5	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3
76	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
77	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4
78	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3
79	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
80	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
81	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
83	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
85	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4
86	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5
87	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
88	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3
89	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
90	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4
91	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
92	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
93	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
96	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4
97	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
98	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4

[illegible]

124	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	5
125	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3
126	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
127	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4
128	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
129	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
130	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
131	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4
132	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2
133	4	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	3	3
134	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
135	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	4	3
139	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
140	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3
141	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
142	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
143	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3
144	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5
145	3	4	3	3	5	4	3	2	3	2	3	3	4	4
146	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
147	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
148	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4

149	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4
150	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3
151	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
152	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
153	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
154	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
155	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4
156	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
157	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
158	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3
159	4	4	2	4	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4
160	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4
161	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
162	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
163	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
164	3	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4
165	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
166	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
167	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
168	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
169	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	3	3
170	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
171	2	4	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4
172	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
173	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5

174	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
175	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5
176	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3
177	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
178	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
179	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2
180	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
181	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
182	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
183	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5
184	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
185	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
186	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
187	2	4	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4
188	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
189	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
190	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
191	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
192	2	4	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4
193	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
194	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
195	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5
196	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
197	2	4	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	4	4
198	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3

199	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3
200	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
201	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
202	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5
203	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4
204	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3



[illegible]

[illegible]

49	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4
50	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
51	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4
52	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
53	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
56	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
57	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
58	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	3	4
59	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4
60	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3
61	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	5	3	3	4
62	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	3
63	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
64	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
65	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
66	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
68	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
70	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
72	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
73	4	3	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4

74	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
75	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	5
76	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
77	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
78	4	2	4	3	4	3	5	4	3	3	4	5	3	3
79	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
80	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
81	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
82	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
83	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
84	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
85	4	3	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4
86	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
87	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
88	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
89	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
91	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
92	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
94	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
95	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
96	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
97	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4
98	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3

99	5	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3
100	5	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	3	5	4
101	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
102	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
103	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
104	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4
105	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3
106	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
107	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
108	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
109	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
110	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4
111	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
112	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
113	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
114	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
115	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
116	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
117	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
118	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
119	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
120	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5
121	4	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4
122	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4
123	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5

[illegible]

149	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
150	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
151	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	
152	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	
153	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5	
154	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	
155	4	2	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	
156	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	
157	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	
158	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	
159	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	
160	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	
161	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	
162	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
163	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
164	5	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	
165	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	
166	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
167	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	
168	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	
169	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	
170	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	
171	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	
172	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	
173	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	3	

174	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
177	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
178	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
179	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3
180	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
181	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
182	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5
183	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4
184	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5
185	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
186	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
187	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
188	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5
189	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4
190	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
191	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
192	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
193	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5
194	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4
195	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4
196	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
197	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
198	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5

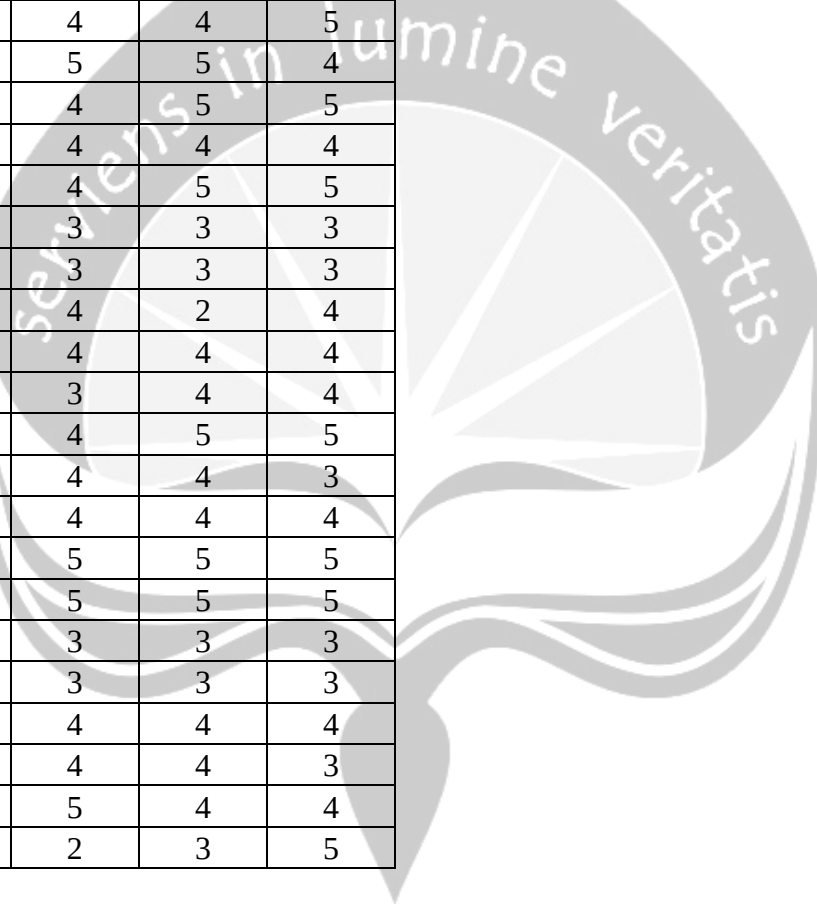
199	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4
200	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5
201	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4
202	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4
203	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4
204	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4



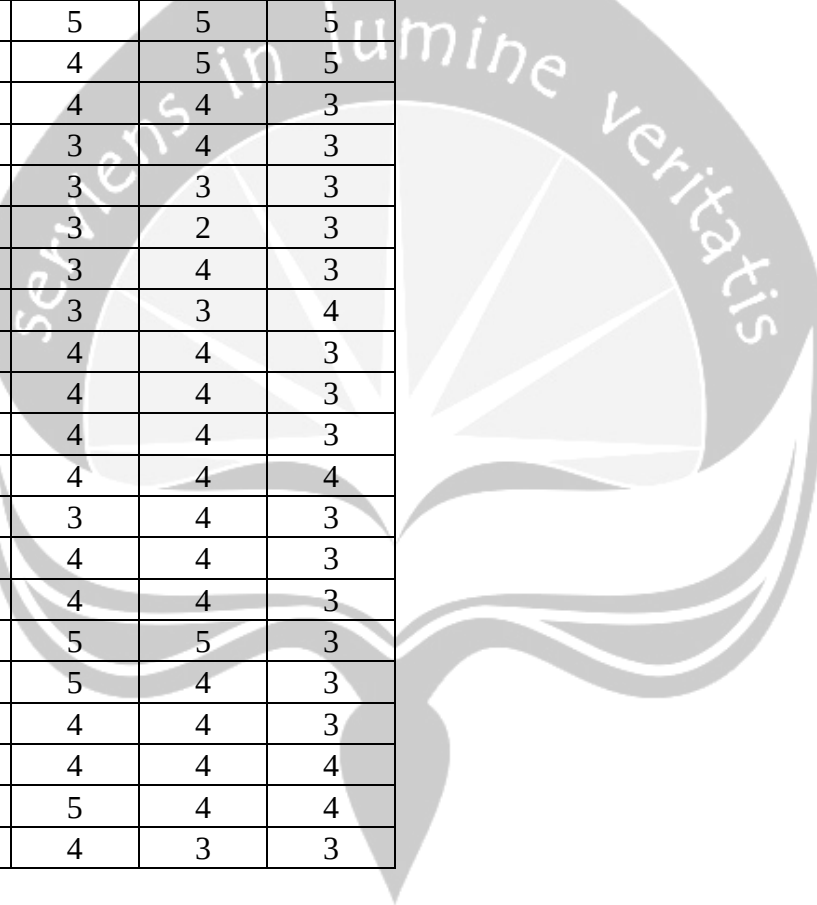
NO	PU2	PU3	PU4	RI1	RI2	RI3
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	2	2	4
6	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	4	5	5
8	5	4	4	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	4
11	4	5	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4
14	4	4	4	2	2	2
15	4	4	4	3	3	4
16	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4
18	4	2	2	2	2	3
19	4	4	4	4	4	4
20	5	5	4	3	2	5
21	4	4	4	4	4	4
22	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	4	4	4

Scientia in lumine veritatis

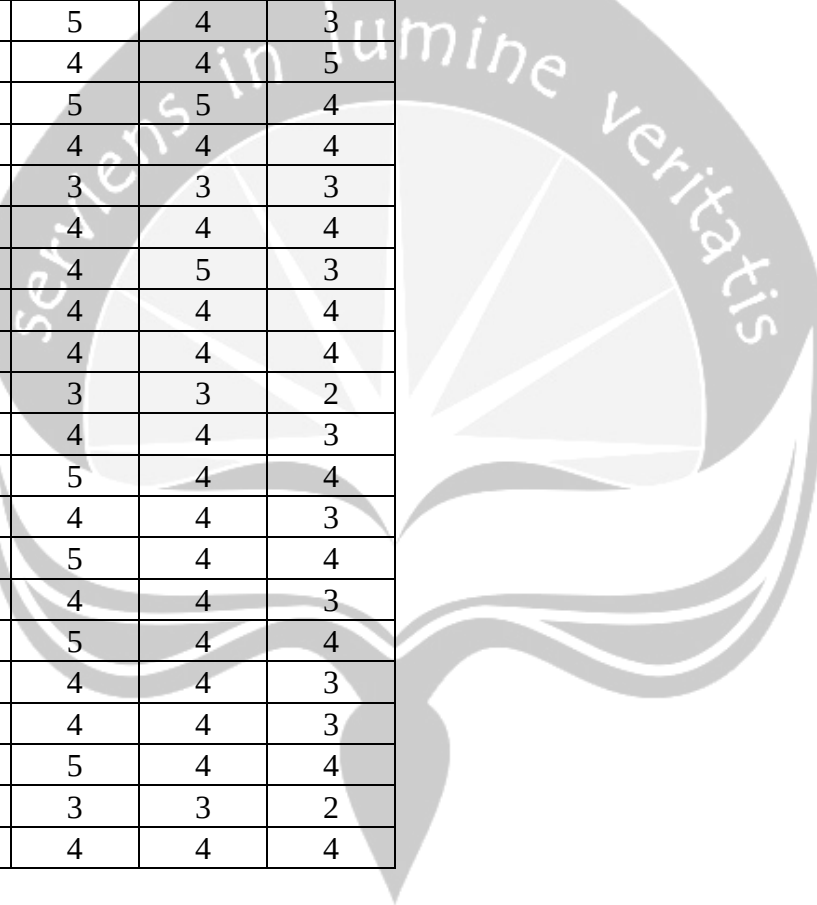
25	5	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	4	4	4
28	4	3	3	3	3	3
29	4	5	4	4	4	5
30	4	4	5	5	5	4
31	4	5	4	4	5	5
32	5	4	5	4	4	4
33	4	4	4	4	5	5
34	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	3	3	3
36	3	4	2	4	2	4
37	4	4	5	4	4	4
38	4	4	4	3	4	4
39	4	5	5	4	5	5
40	5	4	4	4	4	3
41	4	3	3	4	4	4
42	5	5	5	5	5	5
43	4	4	5	5	5	5
44	4	4	4	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3
46	5	4	5	4	4	4
47	4	4	4	4	4	3
48	4	4	5	5	4	4
49	3	5	4	2	3	5



50	4	4	4	4	4	4
51	5	4	4	3	3	3
52	3	3	3	4	3	4
53	4	4	4	4	4	5
54	4	5	4	5	5	5
55	4	5	5	4	5	5
56	4	4	4	4	4	3
57	4	4	5	3	4	3
58	4	5	4	3	3	3
59	3	4	3	3	2	3
60	3	4	4	3	4	3
61	3	4	4	3	3	4
62	5	3	4	4	4	3
63	4	4	4	4	4	3
64	4	4	4	4	4	3
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	3	4	3
67	4	4	4	4	4	3
68	4	4	4	4	4	3
69	4	4	5	5	5	3
70	4	4	4	5	4	3
71	4	4	4	4	4	3
72	4	4	5	4	4	4
73	4	4	4	5	4	4
74	4	4	5	4	3	3



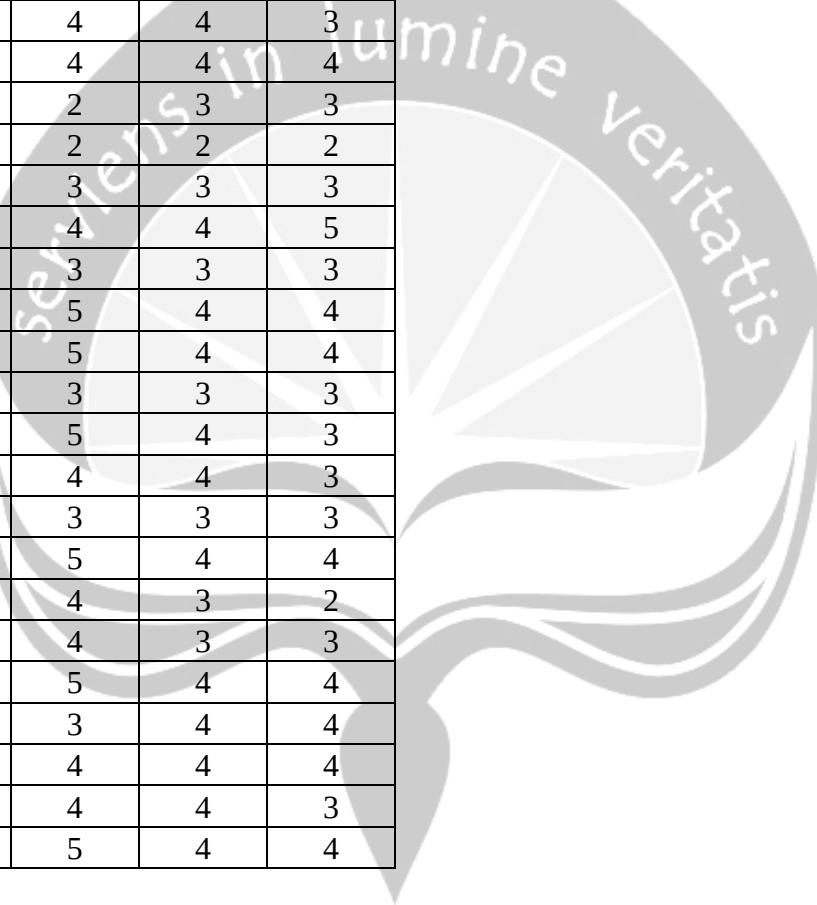
75	4	5	5	3	3	3
76	4	4	5	4	3	3
77	5	4	4	4	3	3
78	4	4	4	3	3	2
79	5	5	5	5	4	3
80	4	5	5	4	4	5
81	4	4	5	5	5	4
82	5	5	4	4	4	4
83	4	3	4	3	3	3
84	5	4	5	4	4	4
85	4	4	4	4	5	3
86	3	4	3	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4
88	3	4	3	3	3	2
89	3	4	3	4	4	3
90	5	4	5	5	4	4
91	4	4	5	4	4	3
92	5	5	4	5	4	4
93	4	3	4	4	4	3
94	5	5	4	5	4	4
95	3	4	3	4	4	3
96	4	4	3	4	4	3
97	4	4	4	5	4	4
98	3	3	3	3	3	2
99	4	3	4	4	4	4



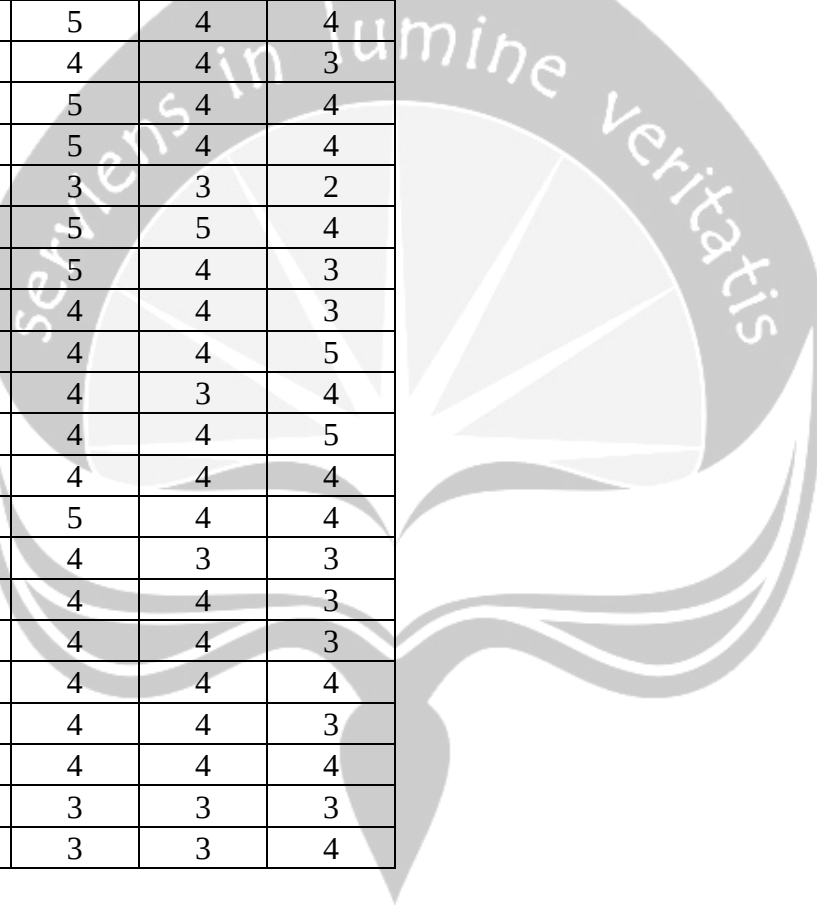
100	5	4	5	5	5	4
101	3	4	4	3	3	2
102	3	4	3	4	4	3
103	4	5	5	4	4	4
104	5	5	5	5	4	3
105	3	3	3	4	5	5
106	3	4	4	5	4	3
107	5	5	4	4	4	4
108	4	3	3	4	4	3
109	4	4	5	4	4	4
110	4	4	4	4	4	3
111	3	3	3	4	3	3
112	5	3	5	5	4	4
113	4	4	5	5	5	4
114	4	4	3	4	3	3
115	5	5	4	5	4	4
116	3	3	3	4	3	2
117	5	4	4	5	4	4
118	4	4	4	4	4	3
119	4	4	4	4	5	4
120	5	5	5	4	3	3
121	3	5	4	4	4	3
122	3	3	4	4	4	3
123	5	5	4	5	4	5
124	3	4	3	5	3	4

serpens in lumine veritatis

125	3	3	4	4	3	3
126	2	2	3	2	3	2
127	4	4	4	4	4	4
128	5	5	5	4	4	3
129	3	3	3	4	4	3
130	4	4	4	4	4	4
131	3	3	3	2	3	3
132	4	2	2	2	2	2
133	3	4	4	3	3	3
134	5	5	5	4	4	5
135	4	4	4	3	3	3
136	4	5	4	5	4	4
137	4	5	5	5	4	4
138	5	5	5	3	3	3
139	5	5	4	5	4	3
140	4	3	3	4	4	3
141	4	4	4	3	3	3
142	4	4	4	5	4	4
143	3	3	3	4	3	2
144	5	4	3	4	3	3
145	5	5	3	5	4	4
146	4	4	4	3	4	4
147	4	4	5	4	4	4
148	4	3	4	4	4	3
149	5	5	4	5	4	4



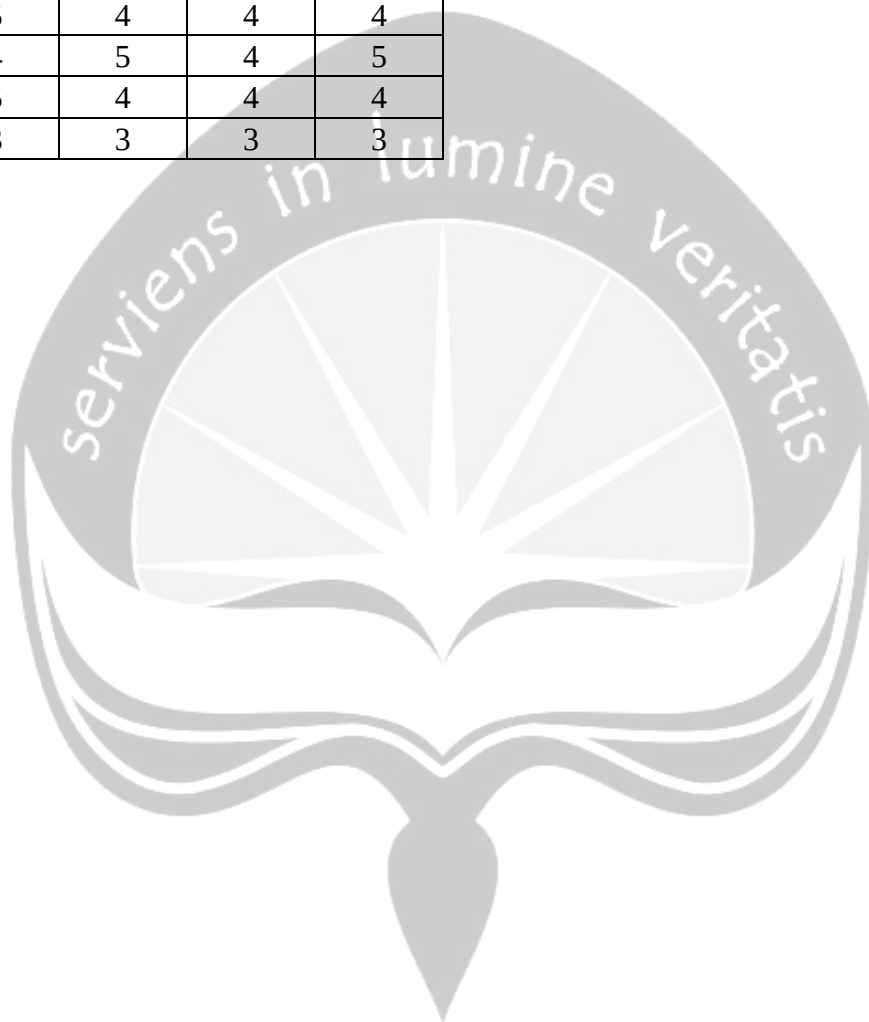
150	4	3	4	4	3	3
151	4	4	4	4	3	3
152	4	5	4	4	4	4
153	4	4	3	4	4	4
154	4	4	5	5	4	4
155	3	4	3	4	4	3
156	4	4	5	5	4	4
157	5	4	5	5	4	4
158	3	4	3	3	3	2
159	4	3	4	5	5	4
160	4	3	4	5	4	3
161	5	4	5	4	4	3
162	5	5	4	4	4	5
163	4	4	3	4	3	4
164	5	4	5	4	4	5
165	5	4	5	4	4	4
166	4	4	4	5	4	4
167	4	4	4	4	3	3
168	5	5	5	4	4	3
169	4	3	4	4	4	3
170	3	3	3	4	4	4
171	4	3	3	4	4	3
172	4	4	4	4	4	4
173	5	5	5	3	3	3
174	4	4	4	3	3	4



175	5	5	4	5	4	5
176	5	5	5	5	5	5
177	5	5	4	4	4	4
178	4	3	3	4	3	3
179	4	3	3	4	3	3
180	3	4	3	4	3	3
181	4	4	3	3	3	3
182	4	4	3	4	4	4
183	5	5	4	5	4	5
184	4	4	3	4	4	4
185	4	4	3	3	3	3
186	4	3	4	4	4	3
187	4	3	3	4	4	3
188	4	4	3	4	4	4
189	5	4	5	4	4	4
190	4	4	3	3	3	3
191	4	3	4	4	4	3
192	4	3	3	4	4	3
193	4	4	3	4	4	4
194	5	4	5	4	4	4
195	5	5	4	5	4	5
196	4	3	4	4	4	3
197	4	3	3	4	4	3
198	4	4	3	4	4	4
199	4	4	3	3	3	3

serpens in lumine veritatis

200	4	4	3	4	4	4
201	5	4	5	4	4	4
202	5	5	4	5	4	5
203	5	4	5	4	4	4
204	4	4	3	3	3	3





LAMPIRAN 5

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Outer Loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)
ECRED1 <- ECRED	0.842	0.842
ECRED2 <- ECRED	0.862	0.861
ECRED3 <- ECRED	0.862	0.861
EQUAL1 <- EQUAL	0.663	0.661
EQUAL10 <- EQUAL	0.793	0.793
EQUAL11 <- EQUAL	0.703	0.702
EQUAL12 <- EQUAL	0.725	0.725
EQUAL2 <- EQUAL	0.738	0.740
EQUAL3 <- EQUAL	0.812	0.811
EQUAL4 <- EQUAL	0.785	0.785
EQUAL5 <- EQUAL	0.818	0.817
EQUAL6 <- EQUAL	0.834	0.834
EQUAL7 <- EQUAL	0.754	0.752
EQUAL8 <- EQUAL	0.786	0.784
EQUAL9 <- EQUAL	0.673	0.671
EQUAN1 <- EQUAN	0.835	0.833
EQUAN2 <- EQUAN	0.787	0.785
EQUAN3 <- EQUAN	0.894	0.894
PU1 <- PU	0.722	0.722
PU2 <- PU	0.756	0.757
PU3 <- PU	0.823	0.820
PU4 <- PU	0.777	0.775
RI1 <- RI	0.827	0.825
RI2 <- RI	0.866	0.866
RI3 <- RI	0.809	0.807
TRUST1 <- TRUST	0.739	0.738
TRUST2 <- TRUST	0.760	0.760
TRUST3 <- TRUST	0.711	0.713
TRUST4 <- TRUST	0.791	0.791
TRUST5 <- TRUST	0.785	0.784
TRUST6 <- TRUST	0.740	0.736
TRUST7 <- TRUST	0.591	0.586
TRUST8 <- TRUST	0.701	0.699
TRUST9 <- TRUST	0.742	0.739

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
<i>eWOM Quantitiy</i>	0.790	0.796	0.878	0.705
<i>eWOM Credibility</i>	0.817	0.820	0.891	0.732
<i>eWOM Quality</i>	0.932	0.934	0.942	0.576
<i>Trust</i>	0.890	0.895	0.911	0.535
<i>Perceived Usefulness</i>	0.771	0.772	0.854	0.594
<i>Repurchase Intention</i>	0.782	0.784	0.873	0.696

Outer Loadings

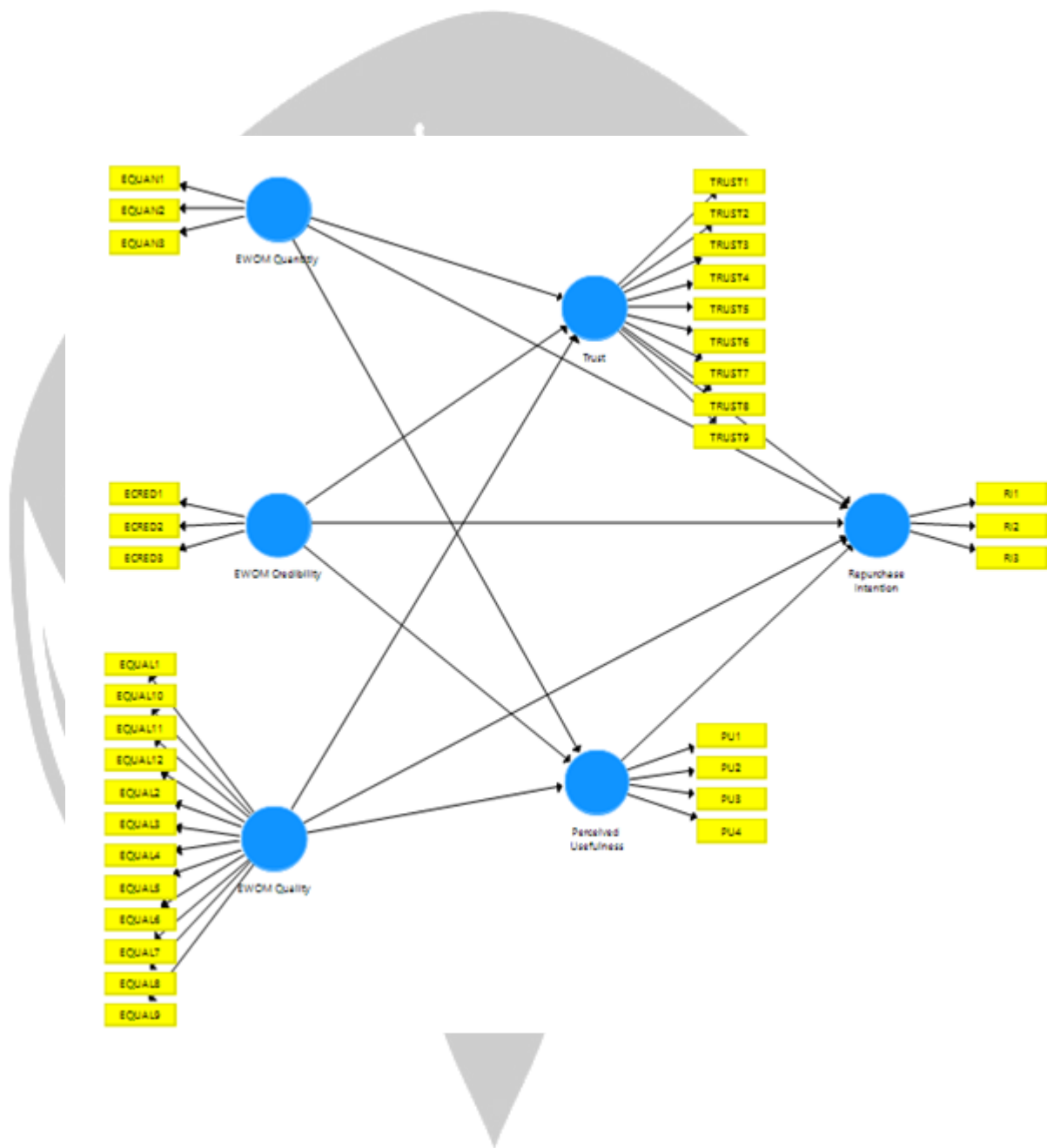
	Latent Variable 1	Latent Variable 2	Latent Variable 3	Latent Variable 4	Latent Variable 5	Latent Variable 6
ECRED1		0.842				
ECRED2		0.862				
ECRED3		0.862				
EQUAL1			0.663			
EQUAL10			0.793			
EQUAL11			0.703			
EQUAL12			0.725			
EQUAL2			0.738			
EQUAL3			0.812			
EQUAL4			0.785			
EQUAL5			0.818			
EQUAL6			0.834			
EQUAL7			0.754			
EQUAL8			0.786			
EQUAL9			0.673			
EQUAN1	0.835					
EQUAN2	0.787					
EQUAN3	0.894					
PU1					0.722	
PU2					0.756	
PU3					0.823	
PU4					0.777	
RI1						0.827
RI2						0.866
RI3						0.809
TRUST1				0.739		
TRUST2				0.760		
TRUST3				0.711		
TRUST4				0.791		
TRUST5				0.785		
TRUST6				0.740		
TRUST7				0.591		
TRUST8				0.701		
TRUST9				0.742		

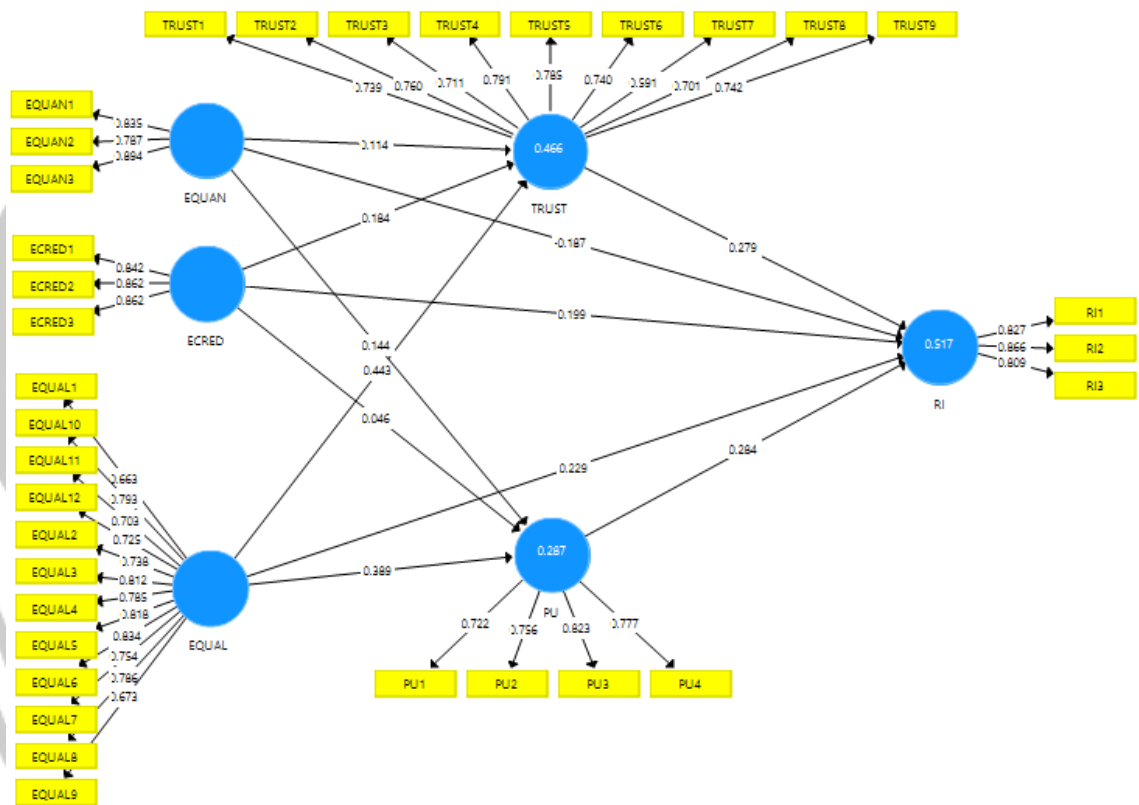
Fornell-Larcker Criterion

	eWOM Quantitiy	eWOM Credibility	eWOM Quality	Trust	Perceived Usefulness	Repurchase Intention
eWOM Quantitiy	0.840					
eWOM Credibility	0.641	0.855				
eWOM Quality	0.685	0.786	0.759			
Trust	0.535	0.605	0.665	0.731		
Perceived Usefulness	0.439	0.444	0.523	0.621	0.770	
Repurchase Intention	0.371	0.553	0.591	0.628	0.583	0.834



LAMPIRAN 6
PARTIAL LEAST SQUARE





R Square

	R Square	R Square Adjusted
Repurchase Intention	0.517	0.505

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ECRED -> PU	0.046	0.054	0.103	0.444	0.657
ECRED -> RI	0.199	0.195	0.101	1.974	0.049
ECRED -> TRUST	0.184	0.181	0.085	2.153	0.032
EQUAL -> PU	0.389	0.395	0.115	3.381	0.001
EQUAL -> RI	0.229	0.233	0.118	1.940	0.053
EQUAL -> TRUST	0.443	0.448	0.091	4.848	0.000
EQUAN -> PU	0.144	0.134	0.109	1.323	0.186
EQUAN -> RI	-0.187	-0.185	0.056	3.331	0.001
EQUAN -> TRUST	0.114	0.116	0.073	1.562	0.119
PU -> RI	0.284	0.286	0.069	4.112	0.000
TRUST -> RI	0.279	0.276	0.069	4.063	0.000

Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ECRED -> PU -> RI	0.013	0.016	0.031	0.418	0.676
EQUAL -> PU -> RI	0.111	0.113	0.045	2.459	0.014
EQUAN -> PU -> RI	0.041	0.037	0.032	1.283	0.200
ECRED -> TRUST -> RI	0.051	0.049	0.026	1.955	0.051
EQUAL -> TRUST -> RI	0.124	0.124	0.041	3.010	0.003
EQUAN -> TRUST -> RI	0.032	0.032	0.022	1.459	0.145



LAMPIRAN 7
UJI BEDA
(ONE-WAY ANOVA)

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
EQUAN	1 - 3 kali	159	3.603774	.7057826	.0559722	3.493223	3.714324	2.0000	5.0000
	4 - 6 kali	40	3.975000	.5085452	.0804081	3.812359	4.137641	2.6667	5.0000
	7 - 9 kali	5	3.933333	.3651484	.1632993	3.479942	4.386725	3.3333	4.3333
	Total	204	3.684641	.6806445	.0476546	3.590679	3.778602	2.0000	5.0000
ECRED	1 - 3 kali	159	3.675052	.6801895	.0539425	3.568511	3.781594	2.0000	5.0000
	4 - 6 kali	40	3.950000	.5313532	.0840143	3.780065	4.119935	2.3333	5.0000
	7 - 9 kali	5	4.066667	.4346135	.1943651	3.527023	4.606311	3.3333	4.3333
	Total	204	3.738562	.6577856	.0460542	3.647756	3.829368	2.0000	5.0000
EQUAL	1 - 3 kali	159	3.650943	.6176018	.0489790	3.554205	3.747681	2.0833	5.0000
	4 - 6 kali	40	3.812500	.5083876	.0803831	3.649910	3.975090	2.6667	4.6667
	7 - 9 kali	5	4.100000	.2312406	.1034139	3.812877	4.387123	3.8333	4.4167
	Total	204	3.693627	.5965443	.0417665	3.611276	3.775979	2.0833	5.0000
TRUST	1 - 3 kali	159	3.875611	.5355563	.0424724	3.791725	3.959498	2.2222	5.0000
	4 - 6 kali	40	4.144444	.4795270	.0758199	3.991084	4.297805	3.2222	5.0000
	7 - 9 kali	5	4.311111	.3959673	.1770820	3.819453	4.802769	3.8889	4.8889
	Total	204	3.938998	.5342101	.0374022	3.865251	4.012744	2.2222	5.0000
PU	1 - 3 kali	159	4.009434	.5474963	.0434193	3.923677	4.095191	2.5000	5.0000
	4 - 6 kali	40	4.050000	.4909436	.0776250	3.892989	4.207011	3.0000	5.0000
	7 - 9 kali	5	4.200000	.5700877	.2549510	3.492143	4.907857	3.5000	4.7500
	Total	204	4.022059	.5357916	.0375129	3.948094	4.096024	2.5000	5.0000



RI	1 - 3 kali	159	3.763103	.6131998	.0486299	3.667054	3.859151	2.0000	5.0000
	4 - 6 kali	40	3.900000	.5758680	.0910527	3.715828	4.084172	2.6667	5.0000
	7 - 9 kali	5	4.133333	.3800585	.1699673	3.661428	4.605238	3.6667	4.6667
	Total	204	3.799020	.6041447	.0422986	3.715619	3.882421	2.0000	5.0000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
EQUAN	Between Groups	4.721	2	2.361	5.312	.006
	Within Groups	89.324	201	.444		
	Total	94.045	203			
ECRED	Between Groups	2.968	2	1.484	3.515	.032
	Within Groups	84.867	201	.422		
	Total	87.834	203			
EQUAL	Between Groups	1.681	2	.840	2.394	.094
	Within Groups	70.560	201	.351		
	Total	72.241	203			
TRUST	Between Groups	3.020	2	1.510	5.526	.005
	Within Groups	54.913	201	.273		
	Total	57.932	203			
PU	Between Groups	.215	2	.107	.372	.690
	Within Groups	58.061	201	.289		
	Total	58.276	203			

RI	Between Groups	1.172	2	.586	1.615	.201
	Within Groups	72.921	201	.363		
	Total	74.093	203			

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
EQUAN	Laki-laki	132	3.686869	.7107052	.0618589	3.564497	3.809240	2.0000	5.0000
	Perempuan	72	3.680556	.6265825	.0738435	3.533316	3.827795	2.0000	5.0000
	Total	204	3.684641	.6806445	.0476546	3.590679	3.778602	2.0000	5.0000
ECRED	Laki-laki	132	3.732323	.6847910	.0596034	3.614413	3.850233	2.3333	5.0000
	Perempuan	72	3.750000	.6096511	.0718481	3.606739	3.893261	2.0000	5.0000
	Total	204	3.738562	.6577856	.0460542	3.647756	3.829368	2.0000	5.0000
EQUAL	Laki-laki	132	3.686237	.6508020	.0566450	3.574180	3.798295	2.0833	5.0000
	Perempuan	72	3.707176	.4855085	.0572177	3.593087	3.821265	2.6667	4.8333
	Total	204	3.693627	.5965443	.0417665	3.611276	3.775979	2.0833	5.0000
TRUST	Laki-laki	132	3.981481	.5184680	.0451268	3.892210	4.070753	2.2222	5.0000
	Perempuan	72	3.861111	.5571963	.0656662	3.730176	3.992046	2.6667	5.0000
	Total	204	3.938998	.5342101	.0374022	3.865251	4.012744	2.2222	5.0000
PU	Laki-laki	132	4.032197	.5782354	.0503289	3.932634	4.131760	2.5000	5.0000
	Perempuan	72	4.003472	.4509244	.0531420	3.897510	4.109434	3.0000	5.0000
	Total	204	4.022059	.5357916	.0375129	3.948094	4.096024	2.5000	5.0000

RI	Laki-laki	132	3.777778	.6090450	.0530106	3.672910	3.882645	2.0000	5.0000
	Perempuan	72	3.837963	.5973155	.0703943	3.697601	3.978325	2.0000	5.0000
	Total	204	3.799020	.6041447	.0422986	3.715619	3.882421	2.0000	5.0000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
EQUAN	Between Groups	.002	1	.002	.004	.950
	Within Groups	94.043	202	.466		
	Total	94.045	203			
ECRED	Between Groups	.015	1	.015	.033	.855
	Within Groups	87.820	202	.435		
	Total	87.834	203			
EQUAL	Between Groups	.020	1	.020	.057	.811
	Within Groups	72.220	202	.358		
	Total	72.241	203			
TRUST	Between Groups	.675	1	.675	2.381	.124
	Within Groups	57.257	202	.283		
	Total	57.932	203			
PU	Between Groups	.038	1	.038	.133	.715
	Within Groups	58.237	202	.288		
	Total	58.276	203			
RI	Between Groups	.169	1	.169	.461	.498

Within Groups	73.924	202	.366		
Total	74.093	203			

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
EQUAN	18	3.666667	.5443311	.1721326	3.277276	4.056058	3.0000	4.6667
	19	3.622222	.6282587	.1622157	3.274304	3.970140	2.6667	5.0000
	20	3.650000	.7212319	.1612724	3.312453	3.987547	2.0000	5.0000
	21	3.426357	.7811455	.1191236	3.185955	3.666758	2.0000	5.0000
	22	3.782407	.6717173	.0791626	3.624562	3.940253	2.0000	5.0000
	23	3.804598	.5670674	.1053018	3.588897	4.020299	2.6667	5.0000
	24	3.787879	.6711967	.2023734	3.336963	4.238795	2.0000	4.3333
	25	4	4.000000	.2721655	.1360828	3.566924	4.433076	3.6667
Total	204	3.684641	.6806445	.0476546	3.590679	3.778602	2.0000	5.0000
ECRED	18	3.833333	.6136312	.1940472	3.394368	4.272299	3.0000	5.0000
	19	3.511111	.6650775	.1717223	3.142803	3.879419	2.3333	4.6667
	20	3.450000	.7514119	.1680208	3.098328	3.801672	2.3333	4.6667
	21	3.511628	.6719979	.1024787	3.304817	3.718438	2.3333	5.0000
	22	72	3.879630	.6262529	.0738046	3.732467	4.026792	2.0000

EQUAL	23	29	3.896552	.5202521	.0966084	3.698658	4.094445	2.6667	5.0000
	24	11	4.000000	.7302967	.2201928	3.509380	4.490620	2.3333	5.0000
	25	4	3.833333	.1924501	.0962250	3.527102	4.139564	3.6667	4.0000
	Total	204	3.738562	.6577856	.0460542	3.647756	3.829368	2.0000	5.0000
	18	10	3.600000	.3944053	.1247219	3.317859	3.882141	2.8333	4.3333
	19	15	3.677778	.5925016	.1529833	3.349661	4.005894	2.6667	4.6667
	20	20	3.562500	.5359005	.1198310	3.311691	3.813309	2.4167	4.5000
	21	43	3.472868	.6477272	.0987775	3.273527	3.672209	2.0833	5.0000
	22	72	3.785880	.6223263	.0733419	3.639640	3.932119	2.0833	5.0000
	23	29	3.864943	.4689854	.0870884	3.686550	4.043335	2.7500	4.9167
	24	11	3.810606	.6992962	.2108457	3.340812	4.280400	2.1667	4.8333
	25	4	3.791667	.1983730	.0991865	3.476011	4.107322	3.5833	4.0000
	Total	204	3.693627	.5965443	.0417665	3.611276	3.775979	2.0833	5.0000
	18	10	4.100000	.3452599	.1091808	3.853016	4.346984	3.6667	4.5556
	19	15	3.851852	.5675944	.1465523	3.537529	4.166175	2.7778	4.8889
TRUST	20	20	3.822222	.5077694	.1135407	3.584579	4.059866	2.6667	4.5556
	21	43	3.847545	.5491821	.0837495	3.678532	4.016559	2.2222	5.0000
	22	72	3.952160	.5310156	.0625808	3.827378	4.076943	2.3333	5.0000
	23	29	4.065134	.5972580	.1109080	3.837949	4.292319	3.1111	5.0000
	24	11	4.080808	.5307598	.1600301	3.724239	4.437377	3.3333	5.0000
	25	4	3.888889	.2868877	.1434438	3.432387	4.345391	3.5556	4.2222
	Total	204	3.938998	.5342101	.0374022	3.865251	4.012744	2.2222	5.0000
	18	10	4.175000	.3343734	.1057381	3.935804	4.414196	3.7500	4.7500
PU	19	15	4.083333	.5951190	.1536591	3.753767	4.412899	2.7500	4.7500

	20	20	4.012500	.5529526	.1236440	3.753710	4.271290	3.0000	5.0000
	21	43	3.813953	.5592646	.0852870	3.641837	3.986070	2.5000	5.0000
	22	72	4.107639	.5014528	.0590968	3.989803	4.225475	2.5000	5.0000
	23	29	4.025862	.5643613	.1047993	3.811191	4.240534	2.7500	5.0000
	24	11	4.136364	.5630679	.1697714	3.758089	4.514638	3.2500	5.0000
	25	4	3.812500	.3750000	.1875000	3.215791	4.409209	3.5000	4.2500
	Total	204	4.022059	.5357916	.0375129	3.948094	4.096024	2.5000	5.0000
	18	10	4.100000	.6295207	.1990719	3.649668	4.550332	2.6667	4.6667
	19	15	3.644444	.5699717	.1471661	3.328805	3.960084	2.6667	4.6667
	20	20	3.700000	.5287080	.1182227	3.452557	3.947443	2.6667	4.6667
	21	43	3.697674	.6164155	.0940025	3.507970	3.887379	2.3333	5.0000
RI	22	72	3.800926	.6246369	.0736142	3.654143	3.947708	2.0000	5.0000
	23	29	3.977011	.5629502	.1045372	3.762877	4.191146	2.3333	5.0000
	24	11	3.939394	.6113406	.1843261	3.528690	4.350098	3.0000	5.0000
	25	4	3.500000	.5773503	.2886751	2.581307	4.418693	2.6667	4.0000
	Total	204	3.799020	.6041447	.0422986	3.715619	3.882421	2.0000	5.0000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Between Groups	4.575	7	.654	1.432	.194
EQUAN	Within Groups	89.470	196	.456		
	Total	94.045	203			

ECRED	Between Groups	7.690	7	1.099	2.687	.011
	Within Groups	80.144	196	.409		
	Total	87.834	203			
EQUAL	Between Groups	4.184	7	.598	1.721	.106
	Within Groups	68.057	196	.347		
	Total	72.241	203			
TRUST	Between Groups	1.711	7	.244	.852	.546
	Within Groups	56.222	196	.287		
	Total	57.932	203			
PU	Between Groups	3.001	7	.429	1.520	.162
	Within Groups	55.274	196	.282		
	Total	58.276	203			
RI	Between Groups	3.395	7	.485	1.345	.231
	Within Groups	70.698	196	.361		
	Total	74.093	203			

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
EQUAN	<Rp. 1.000.000	36	3.629630	.7549951	.1258325	3.374176	3.885083	2.0000	5.0000
	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	67	3.572139	.6686988	.0816946	3.409031	3.735248	2.0000	4.6667
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	55	3.787879	.5531936	.0745926	3.638330	3.937428	2.0000	5.0000

ECRED	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	19	3.736842	.6720059	.1541687	3.412946	4.060739	2.3333	5.0000
	> Rp. 2.500.001	27	3.790123	.8328109	.1602745	3.460674	4.119572	2.0000	5.0000
	Total	204	3.684641	.6806445	.0476546	3.590679	3.778602	2.0000	5.0000
	<Rp. 1.000.000	36	3.611111	.7149204	.1191534	3.369217	3.853005	2.3333	4.6667
	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	67	3.651741	.6652329	.0812711	3.489478	3.814004	2.0000	5.0000
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	55	3.818182	.5282870	.0712342	3.675366	3.960998	2.6667	5.0000
	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	19	3.631579	.7018031	.1610047	3.293321	3.969837	2.3333	4.6667
	> Rp. 2.500.001	27	4.037037	.7000203	.1347190	3.760118	4.313956	2.3333	5.0000
	Total	204	3.738562	.6577856	.0460542	3.647756	3.829368	2.0000	5.0000
	<Rp. 1.000.000	36	3.694444	.6705246	.1117541	3.467572	3.921317	2.4167	4.8333
EQUAL	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	67	3.558458	.5690929	.0695258	3.419645	3.697270	2.0833	5.0000
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	55	3.789394	.4708189	.0634852	3.662114	3.916674	2.4167	4.6667
	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	19	3.618421	.6182136	.1418279	3.320452	3.916390	2.0833	4.6667
	> Rp. 2.500.001	27	3.885802	.7191475	.1384000	3.601317	4.170288	2.1667	5.0000
	Total	204	3.693627	.5965443	.0417665	3.611276	3.775979	2.0833	5.0000
	<Rp. 1.000.000	36	3.941358	.4908231	.0818038	3.775287	4.107429	2.7778	5.0000
TRUST	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	67	3.827529	.4643213	.0567259	3.714272	3.940786	2.2222	4.7778
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	55	4.042424	.5618943	.0757658	3.890523	4.194326	2.8889	5.0000
	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	19	3.795322	.6781553	.1555795	3.468461	4.122182	2.3333	5.0000
	> Rp. 2.500.001	27	4.102881	.5336946	.1027096	3.891758	4.314003	3.1111	5.0000
	Total	204	3.938998	.5342101	.0374022	3.865251	4.012744	2.2222	5.0000
	<Rp. 1.000.000	36	4.013889	.5730384	.0955064	3.820001	4.207777	2.7500	5.0000
PU	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	67	3.891791	.4985279	.0609049	3.770191	4.013392	2.5000	5.0000
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	55	4.131818	.4996632	.0673746	3.996740	4.266896	3.0000	5.0000

RI	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	19	3.973684	.5706644	.1309194	3.698633	4.248736	2.5000	5.0000
	> Rp. 2.500.001	27	4.166667	.5759607	.1108437	3.938824	4.394509	3.0000	5.0000
	Total	204	4.022059	.5357916	.0375129	3.948094	4.096024	2.5000	5.0000
	<Rp. 1.000.000	36	3.851852	.6921072	.1153512	3.617676	4.086027	2.6667	5.0000
	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	67	3.616915	.5603442	.0684569	3.480237	3.753594	2.0000	4.6667
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	55	3.951515	.5644407	.0761092	3.798925	4.104105	2.3333	5.0000
	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	19	3.614035	.6010604	.1378927	3.324333	3.903737	2.0000	4.6667
	> Rp. 2.500.001	27	4.000000	.5390717	.1037444	3.786750	4.213250	3.0000	5.0000
	Total	204	3.799020	.6041447	.0422986	3.715619	3.882421	2.0000	5.0000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
EQUAN	Between Groups	1.895	4	.474	1.023	.396
	Within Groups	92.150	199	.463		
	Total	94.045	203			
ECRED	Between Groups	4.061	4	1.015	2.412	.050
	Within Groups	83.773	199	.421		
	Total	87.834	203			
EQUAL	Between Groups	2.833	4	.708	2.031	.092
	Within Groups	69.407	199	.349		
	Total	72.241	203			
TRUST	Between Groups	2.538	4	.635	2.280	.062

PU	Within Groups	55.394	199	.278		
	Total	57.932	203			
	Between Groups	2.411	4	.603	2.147	.076
	Within Groups	55.865	199	.281		
	Total	58.276	203			
	Between Groups	5.342	4	1.336	3.866	.005
RI	Within Groups	68.751	199	.345		
	Total	74.093	203			

