

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pengaruh ulasan online, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap keputusan pembelian produk fashion pada Shopee, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa :

Mayoritas responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah perempuan dengan jenjang umur 21-25 tahun. Selain itu responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Karena mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa maka rata-rata pendapatan perbulan terhitung dari < Rp 1.000.000 hingga Rp 3.000.000. Dalam waktu 6 bulan terakhir hampir secara keseluruhan responden melakukan pembelian sebanyak 1-3 kali melalui Shopee dan produk *fashion* yang paling sering dibeli adalah baju.

Hasil analisis regresi dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ulasan *online* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya semakin baik ulasan yang diberikan oleh konsumen maka semakin tinggi niat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan sebaliknya ulasan yang buruk akan memundurkan niat konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

2. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya Shopee sebagai *marketplace* untuk membeli produk *fashion* mudah untuk digunakan oleh siapa saja dan konsumen tidak memerlukan banyak usaha dalam melakukan pemesanan, pembelian, pengiriman hingga produk sampai ketangan konsumen.
3. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya harga produk *fashion* di Shopee sesuai dengan kemampuan konsumen, harga sesuai dengan kualitas produk, harga sesuai dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen, dan harga lebih murah dibandingkan *marketplace* lain yang sejenis.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dirumuskan beberapa implikasi manajerial sebagai berikut :

1. Ulasan yang baik dan *up to date* akan suatu produk dapat mendorong seseorang dalam melakukan pembelian. Shopee dan para *seller* harus mampu mempertahankan ulasan yang baik dan terpercaya dengan melakukan penyaringan terhadap akun-akun *fake* yang sering kali memberikan ulasan buruk terhadap suatu produk. Selain itu tidak sedikit ulasan yang membahas tentang hal lain diluar produk sehingga akan lebih baik jika ulasan tersebut dihapus agar tidak mengganggu calon konsumen dalam mengumpulkan informasi terkait produk yang ia inginkan.

2. Shopee sebagai salah satu e-commerce yang paling sering digunakan harus memperhatikan kemudahan akses dan penggunaan bagi konsumennya. Penyediaan informasi terkait produk fashion yang dijual dan alur pemesanan hingga produk sampai ke tangan konsumen harus jelas dan mudah dimengerti. Shopee dapat menyederhanakan tampilan *e-commerce* dan memberikan tutorial singkat bagi pengguna baru agar tidak kebingungan dalam melakukan pembelian pertamanya.
3. Shopee dan mitranya harus bersama-sama menjaga kualitas produk *fashion* yang dijual dengan tetap memperhatikan kesediaan konsumen dalam membayar. Selain itu, *range* harga yang ditawarkan di Shopee juga harus terus diperhatikan agar harga tetap masuk akal dan terjangkau sehingga Shopee tidak kalah saing dengan *e-commerce* serupa lainnya. Promo dan diskon bulanan dapat dipromosikan dengan lebih gencar melalui para *influencer* agar tepat sasaran kepada konsumen.
4. Shopee harus mengikuti selalu mengikuti *trend* yang berkembang. Dengan begitu ketika konsumen melakukan pencarian produk tersebut di Shopee, ia akan mendapatkan berbagai pilihan seller yang tidak dapat ia temukan pada e-commerce lain. Shopee harus mempertahankan eskpetasi konsumen sehingga konsumen dapat memiliki pemikiran bahwa Shopee adalah *e-commerce* utama yang akan ia gunakan dalam mencari sebuah produk dan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain.

5.3 Kelemahan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu pencarian responden yang membeli produk *fashion* di Shopee dalam 6 bulan terakhir sulit untuk dilakukan karena sebagian besar responden lebih sering membeli produk kebutuhan harian dibandingkan *fashion* di saat pandemi covid-19 dan pada penelitian ini tidak ditanyakan mengenai berapa *spending* responden dalam sekali pembelian produk *fashion*.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat peneliti berikan obyek penelitian lain diluar produk *fashion*. Hal ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat, menyeluruh, dan dapat ditemukan temuan-temuan baru yang lebih banyak lagi.

1. Penelitian ini hanya terbatas pada produk *fashion*, untuk peneliti selanjutnya diharapkan membahas pembelian produk lain seperti perangkat elektronik, perlengkapan rumah tangga, kesehatan, dan lain-lain.
2. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan pertanyaan mengenai berapa *spending* responden dalam sekali pembelian produk *fashion*.
3. Pada penelitian ini, nilai r-square variabel independen terhadap variabel dependen adalah 68,9% dan menyisakan 31,1% pengaruh dari variabel lain diluar penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti program Shopee *affiliate*, penambahan jasa Shopee *Food*, Shopee *Game*, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiolan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk torabika duo. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 473–478.
- Almana, A. M., & Mirza, A. A. (2013). The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention. *International Journal of Computer Applications*, 82, 183–193.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146. <https://apjii.or.id/survei>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>

Dan, P., Pada, P., & Soeltan, T. (2021). *PERANCANGAN E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN*. 792–798.

Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA*, 1.

Databoks. (2019). *Indonesia-Jadi-Negara-Dengan-Pertumbuhan-E-Commerce-Tercepat-Di-Dunia* @ *Databoks.Katadata.Co.Id*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

Febriana, M., & Yulianto, E. (2018). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW OLEH BEAUTY VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 1–9.

Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review , Online Customer Rating , dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2).

Harmayani. (2020). *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital*.

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan,

Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>

Interactive, M. (2018). *shopee-found-to-be-the-most-popular-e-commerce-site-for-indonesian-mothers* @ www.marketing-interactive.com. <https://www.marketing-interactive.com/shopee-found-to-be-the-most-popular-e-commerce-site-for-indonesian-mothers>

Irish, R. R., Meidhiyanti, R., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal , Harga , Dan Online Customer Review and Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di Sebagai Variabel Intervening*.

Irmadhani, & Adhi, N. M. (2014). *PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN COMPUTER SELF EFFICACY, TERHADAP PENGGUNAAN ONLINE BANKING PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*. 1–20.

Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik*, 4(1), 14–22.
<https://core.ac.uk/download/pdf/229812493.pdf>

Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
<https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Machine, M. (2019). *Saturated Sectors: Finding Gaps In The Ecommerce Market In 2021*. <https://merchantmachine.co.uk/saturated-sectors/>
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100.
<https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). PENGARUH HARGA DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CASE HANDPHONE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
<https://forms.gle/t44jvKgVK6XAiZwi8>.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 08(03), 419–424.

<https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>

- Naufal, A. R., & Magnadi, R. H. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rahma Rahmi Collection). *Diponegoro Journal of Management ISSN : 2337-3792*, 6(4), 197–205. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17954>
- Oktavianti, S., & Hasrina, Y. (2020). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DENGAN KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT.WINGS FOOD DI KECAMATAN ALANG-ALANG LEBAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 09.03.2020(1), 63–80.
- Pashootanizadeh, M., & Khalilian, S. (2018). Application of the AIDA model: Measuring the effectiveness of television programs in encouraging teenagers to use public libraries. *Information and Learning Science*, 119(11), 635–651. <https://doi.org/10.1108/ILS-04-2018-0028>
- Prasetyo, C. A., Aziiz, R. A., Maruf, F. I., Alvia, I. K., & Tarmidi, D. (2021). The Influence of Online Customer Review and Price on Purchase Decision Through Shopee in Covid-19 Period (Survey of Shopee Customers in Bandung in 2020). *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, 58, 544–552.
- Rahayu, H., Sismanto, A., & Arianto, T. (2020). He Effect of Prices, Product Reviews, Ease of Use, and Security of Transactions on Purchasing Decisions Online in Shopee. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 1(1),

34–48. <https://doi.org/10.37638/bima.1.1.34-48>

Rini, L. T. S., & Rahayu, B. S. (2021). PERBEDAAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MEMILIH PEMBELIAN ONLINE DAN PEMBELIAN LANGSUNG (Studi Kasus Mahasiswa POLITAMA Surakarta). *Surakarta Management Journal*, 3, 60–72.

Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *JOM FISIP*, 5, 1–15.

Sugiyono, P. D. (2018). *METODE PENELITIAN BISNIS PENDEKATAN KUANTITATIF, KUALITATIF, KOMBINASI, DAN R&D* (S. Y. Suryandari (ed.)). ALFABETA CV.

Sujarweni, V. W. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN*.

Widowati, H. (2019). *Tren-Pengguna-E-Commerce-2017-2023* @ *Databoks.Katadata.Co.Id*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>





LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH ULASAN *ONLINE*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA SHOPEE

Identitas Responden

Jenis Kelamin :	Usia :	Pekerjaan anda saat ini
☐ perempuan	☐ 15-20 tahun	☐ pelajar / Mahasiswa
☐ laki-laki	☐ 21-25 tahun	☐ pelajar / Mahasiswa
	☐ 26-30 tahun	dan bekerja
	☐ 31-35 tahun	☐ bekerja
	☐ > 35 tahun	☐ pengangguran
		☐ lainnya

rata- rata pendapatan / uang saku perbulan	Berapa kali anda melakukan pembelian produk <i>fashion</i> pada toko <i>online</i> Shopee dalam 6 bulan terakhir ?	Produk <i>fashion</i> apa yang paling sering anda beli melalui Shopee ?
☐ < 1.000.000	☐ tidak pernah (berhenti sampai disini)	☐ baju
☐ 1.000.000 – 2.000.000	☐ 1 – 3 kali	☐ celana
☐ 2.000.001 – 3.000.000	☐ 4 – 6 kali	☐ jaket
☐ 3.000.001 – 5.000.000	☐ 7 – 10 kali	☐ sepatu
☐ > 5.000.000	☐ > 10 kali	☐ tas
		☐ jam tangan
		☐ topi gelang kalung
		☐ perhiasan
		☐ dll

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (✓) pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban saudara

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

ULASAN ONLINE (X1) (Rahayu et al., 2020)						
NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
Attractiveness (Daya Pikat)						
1.	Saya tertarik untuk membeli sebuah produk <i>fashion</i> di Shopee setelah melihat ulasan produk yang diberikan oleh pembeli sebelumnya					
2.	Ulasan baik terhadap sebuah produk <i>fashion</i> di Shopee akan mendorong saya untuk membeli produk tersebut, begitu pula sebaliknya					
Trustworthness (Kelayakan Untuk Dipercaya)						
3.	Saya percaya pada ulasan yang diberikan oleh pembeli sebelumnya terhadap produk <i>fashion</i> yang akan saya beli di Shopee					
4.	Saya akan membeli suatu produk <i>fashion</i> setelah melihat ulasan pembeli					

	sebelumnya yang sekiranya layak untuk saya percayai kebenarannya					
Expertise (Keahlian)						
5.	Ulasan yang diberikan pembeli sebelumnya membuat saya dapat menemukan informasi terkait suatu produk <i>fashion</i> yang saya inginkan					
6.	Saya percaya bahwa ulasan yang ada di Shopee berisi informasi yang benar tentang suatu produk <i>fashion</i>					

KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)						
NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya lebih mudah mendapatkan informasi produk <i>fashion</i> melalui Shopee daripada <i>marketplace</i> lainnya					
2.	Pemesanan produk <i>fashion</i> di Shopee mudah dan terjamin					
3.	Proses pembelian produk <i>fashion</i> di Shopee mudah dan terjamin					
4.	Proses pengiriman produk <i>fashion</i> di Shopee mudah dan terjamin					
5.	Saya dapat dengan mudah menggunakan Shopee ketika akan membeli produk <i>fashion</i>					

6.	Shopee sebagai sarana pembelian <i>online</i> mudah digunakan oleh siapa saja					
----	---	--	--	--	--	--

HARGA (X3)						
NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Harga produk <i>fashion</i> di Shopee terjangkau					
2.	Shopee memberikan berbagai pilihan produk dengan harga yang beragam dan dapat disesuaikan dengan budget yang saya miliki					
3.	Harga produk <i>fashion</i> di Shopee sesuai dengan kualitas produknya					
4.	Dengan membeli produk <i>fashion</i> di Shopee saya bisa mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya					
5.	Harga produk <i>fashion</i> di Shopee lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di toko offline					
6.	Dengan adanya banyak promo dan diskon di setiap bulannya, harga					

	produk <i>fashion</i> di Shopee dapat bersaing dengan <i>marketplace</i> lain					
7.	Harga produk <i>fashion</i> di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
NO.	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya terbiasa berbelanja di toko <i>online</i> Shopee karena Shopee menyediakan berbagai produk <i>fashion</i> yang saya cari					
2.	Saya memutuskan membeli produk <i>fashion</i> di toko <i>online</i> Shopee setelah memenuhi segala informasi yang saya butuhkan terkait produk					
3.	Saya memutuskan membeli produk <i>fashion</i> di toko <i>online</i> Shopee karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan					
4.	Saya akan membeli produk <i>fashion</i> yang sama di Shopee di waktu mendatang					
5.	Saya akan langsung merekomendasikan kepada orang lain					

	untuk berbelanja di Shopee apabila mereka bertanya kepada saya					
6.	Saya akan merekomendasikan produk <i>fashion</i> yang baik dan toko <i>online</i> di Shopee yang saya percayai kepada orang lain					





LAMPIRAN 2
KUESIONER DARING



PENGARUH ULASAN ONLINE, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA TOKO ONLINE SHOPEE

Perkenalkan nama saya Monica Silvia Chi, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya yaitu skripsi manajemen pemasaran. Untuk mengisi kuesioner penelitian ini saya membutuhkan responden dengan kriteria berikut :

1. Masyarakat Indonesia yang menggunakan dan melakukan pembelian produk fashion di Shopee
2. Melakukan pembelian produk fashion di Shopee minimal 1 kali dalam 6 bulan terakhir
3. Berusia 15 tahun - 35 tahun keatas

Apabila teman-teman memenuhi kriteria responden di atas, saya mohon kesediaannya untuk mengisi kuisisioner ini. Saya ucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya, semoga Tuhan senantiasa melindungi kita semua.

Apabila ada pertanyaan mengenai kuesioner ini, teman-teman dapat menghubungi saya melalui email : monicasilviachiii@gmail.com

* Wajib

Jenis Kelamin *

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

Usia *

- ☐ 15 - 20 tahun
- ☐ 21 - 25 tahun
- ☐ 26 - 30 tahun
- ☐ 31 - 35 tahun
- ☐ > 35 tahun

Pekerjaan *

- ☐ Pelajar / Mahasiswa
- ☐ Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja
- ☐ Bekerja
- ☐ Tidak Bekerja
- ☐ Yang lain: _____

Rata- Rata Pendapatan / Uang Saku Perbulan *

- ☐ < 1.000.000
- ☐ 1.000.000 - 2.000.000
- ☐ 2.000.001 - 3.000.000
- ☐ 3.000.001 - 5.000.000
- ☐ > 5.000.000

Berapa kali anda melakukan pembelian produk fashion di Shopee dalam 6 bulan terakhir ? *

- ☐ Tidak Pernah
- ☐ 1 - 3 kali
- ☐ 4 - 6 kali
- ☐ 7 - 10 kali
- ☐ > 10 kali

Produk fashion apa yang paling sering anda beli melalui Shopee ? *

- ☐ Baju
- ☐ Celana
- ☐ Sepatu
- ☐ Sandal
- ☐ Tas
- ☐ Jam Tangan
- ☐ Yang lain: _____



PENGARUH ULASAN ONLINE, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA TOKO ONLINE SHOPEE

Petunjuk pengisian kuesioner

Kuesioner dibawah adalah kuesioner dengan skala Likert. Penjelasan pengisian kuesioner adalah sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Ulasan Online

Ulasan online adalah ulasan yang berisikan evaluasi mengenai suatu produk yang diberikan oleh pembeli yang berisikan aspek-aspek tertentu misalnya kualitas barang yang diterima dan pengalaman belanja.

Saya tertarik untuk membeli sebuah produk fashion di Shopee setelah melihat ulasan produk yang diberikan oleh pembeli sebelumnya *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ulasan baik terhadap sebuah produk fashion di Shopee akan mendorong saya untuk membeli produk tersebut, begitu pula sebaliknya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya percaya pada ulasan yang diberikan oleh pembeli sebelumnya terhadap produk fashion yang akan saya beli di Shopee *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya akan membeli suatu produk fashion setelah melihat ulasan pembeli sebelumnya yang sekiranya layak untuk saya percayai kebenarannya *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Ulasan yang diberikan pembeli sebelumnya membuat saya dapat menemukan informasi terkait suatu produk fashion yang saya inginkan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya percaya bahwa ulasan yang ada di shopee berisi informasi yang benar tentang suatu produk fashion *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah suatu keyakinan dimana seseorang meyakini bahwa ia tidak perlu memberikan banyak usaha dalam menjalankan sistem tersebut.

Saya lebih mudah mendapatkan informasi produk fashion melalui Shopee daripada marketplace lainnya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☒ Sangat Setuju

Pemesanan produk fashion di Shopee mudah dan terjamin *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Proses pembelian produk fashion di Shopee mudah dan terjamin *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Proses pengiriman produk fashion di Shopee mudah dan terjamin *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Proses pengiriman produk fashion di Shopee mudah dan terjamin *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya dapat dengan mudah menggunakan Shopee ketika akan membeli produk fashion *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Shopee sebagai sarana pembelian online mudah digunakan oleh siapa saja *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

Harga

Harga merupakan jumlah nominal uang yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Harga produk fashion di Shopee terjangkau *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Shopee memberikan berbagai pilihan produk dengan harga yang beragam dan dapat disesuaikan dengan budget yang saya miliki *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Harga produk fashion di Shopee sesuai dengan kualitas produknya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Dengan membeli produk fashion di Shopee saya bisa mendapatkan produk berkualitas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Harga produk fashion di Shopee lebih murah dibandingkan dengan yang dijual di toko offline *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Dengan adanya banyak promo dan diskon di setiap bulannya, harga produk fashion di Shopee dapat bersaing dengan marketplace lain *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Harga produk fashion di Shopee sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses seorang konsumen dalam menilai dan memilih beberapa alternatif yang dianggap sesuai dengan kepentingannya dengan mengambil pilihan yang dirasa paling menguntungkan.

Saya terbiasa berbelanja di toko online Shopee karena Shopee menyediakan berbagai produk fashion yang saya cari *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya memutuskan membeli produk fashion di toko online shopee setelah memenuhi segala informasi yang saya butuhkan terkait produk *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya memutuskan membeli produk fashion di shopee karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya akan membeli produk fashion yang sama di Shopee di waktu mendatang *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Saya akan langsung merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Shopee apabila mereka bertanya kepada saya *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya akan merekomendasikan produk fashion yang baik dan toko online di Shopee yang saya percayai kepada orang lain *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju

Kembali

Kirim



LAMPIRAN 3
DATA KUESIONER

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Rata-rata pendapatan / uang saku perbulan	Jumlah pembelian produk <i>fashion</i> di Shopee dalam 6 bulan terakhir	Prpoduk <i>fashion</i> yang paling sering di beli melalui Shopee
1	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Baju
2	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
3	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Hoodie
4	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
5	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
6	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju

7	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
8	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	> 10 kali	Sepatu
9	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
10	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	7 - 10 kali	Baju
11	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Sepatu
12	Laki-Laki	26 - 30 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	4 - 6 kali	Sepatu
13	Perempuan	15 - 20 tahun	Bekerja	> 5.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
14	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Jam Tangan
15	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Sandal

16	Laki-Laki	26 - 30 tahun	Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Sepatu
17	Perempuan	26 - 30 tahun	Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	7 - 10 kali	Sandal
18	Perempuan	> 35 tahun	Bekerja	> 5.000.000	1 - 3 kali	Celana
19	Perempuan	26 - 30 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Tas
20	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
21	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Baju
22	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
23	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	> 5.000.000	7 - 10 kali	Baju
24	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
25	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju

26	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Tas
27	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
28	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	> 10 kali	Baju
29	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Jam Tangan
30	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
31	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
32	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Baju
33	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
34	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Baju

35	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
36	Perempuan	21 - 25 tahun	Pengangguran	< 1.000.000	4 - 6 kali	Tas
37	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
38	Perempuan	21 - 25 tahun	Pengangguran	< 1.000.000	4 - 6 kali	Tas
39	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Baju
40	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
41	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
42	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	< 1.000.000	1 - 3 kali	Celana
43	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju

44	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
45	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Acc
46	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
47	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
48	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
49	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
50	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	3.000.001 - 5.000.000	> 10 kali	Baju
51	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	7 - 10 kali	Baju
52	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju

53	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
54	Perempuan	26 - 30 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
55	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
56	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Sandal
57	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
58	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Baju
59	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Baju
60	Perempuan	21 - 25 tahun	Pengangguran	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Tas
61	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju

62	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Sandal
63	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
64	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
65	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Baju
66	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Baju
67	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	7 - 10 kali	Baju
68	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
69	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	> 10 kali	Baju
70	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Kerudung

71	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Celana
72	Perempuan	15 - 20 tahun	Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
73	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
74	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Sandal
75	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
76	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
77	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
78	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
79	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	7 - 10 kali	Hoodie

80	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
81	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
82	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju, sepatu, sandal, tas
83	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Baju
84	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
85	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	> 10 kali	Baju
86	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	> 10 kali	Baju
87	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Baju

88	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Tas
89	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Sandal
90	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
91	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
92	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
93	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	7 - 10 kali	Baju
94	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Aksesoris
95	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
96	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Baju

97	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Tas
98	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
99	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Sepatu
100	Perempuan	26 - 30 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	4 - 6 kali	Sepatu
101	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	3.000.001 - 5.000.000	7 - 10 kali	Tas
102	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
103	Perempuan	26 - 30 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	4 - 6 kali	Tas
104	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Celana
105	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Hoodie

106	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Sandal
107	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Sandal
108	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Baju
109	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	7 - 10 kali	Celana
110	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	7 - 10 kali	Baju
111	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
112	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Celana
113	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
114	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju

115	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
116	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Celana
117	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju, Hoodie, dan Sejenis kalung/gelang
118	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Pakaian tidur
119	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
120	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	> 10 kali	Baju
121	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	4 - 6 kali	Baju
122	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	> 10 kali	Baju
123	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Tas

124	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
125	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
126	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
127	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
128	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	4 - 6 kali	Baju
129	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
130	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	> 10 kali	Baju
131	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Baju
132	Laki-Laki	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Jam Tangan

133	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Tas
134	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Sepatu
135	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
136	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Sandal
137	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Tas
138	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Sepatu
139	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Baju
140	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju
141	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Hoodie

142	Laki-Laki	26 - 30 tahun	Bekerja	> 5.000.000	1 - 3 kali	Celana
143	Laki-Laki	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	2.000.001 - 3.000.000	1 - 3 kali	Baju
144	Perempuan	21 - 25 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	4 - 6 kali	Tas
145	Perempuan	31 - 35 tahun	Bekerja	3.000.001 - 5.000.000	1 - 3 kali	Tas
146	Perempuan	31 - 35 tahun	Bekerja	> 5.000.000	4 - 6 kali	Baju
147	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa dan Bekerja	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
148	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	4 - 6 kali	Celana
149	Perempuan	15 - 20 tahun	Pelajar / Mahasiswa	< 1.000.000	1 - 3 kali	Baju

150	Perempuan	21 - 25 tahun	Pelajar / Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	1 - 3 kali	Baju
-----	-----------	------------------	------------------------	--------------------------	------------	------

NO.	ULASAN ONLINE X1							KEMUDAHAN PENGUNAAN X2						HARGA X3								KEPUTUSAN PEMBELIAN Y								
	X 1 . 1	X 1 . 2	X 1 . 3	X 1 . 4	X 1. 5	X 1. 6	X1	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X2	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	X 3. 6	X 3. 7	X3	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y	
1	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	3	5	5	3	26	2	2	3	3	3	4	17	3	3	3	2	2	2	4	19	3	4	4	3	2	4	20	
3	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	4	5	28	
4	5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	4	4	5	4	31	5	4	5	5	5	5	29	
5	4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	5	3	29	4	4	5	3	4	4	24	
6	5	5	5	5	4	3	27	3	4	4	4	4	1	20	4	4	5	3	4	3	4	27	2	4	5	1	3	5	20	
7	5	5	5	5	5	4	29	3	5	5	5	5	4	27	4	5	3	3	5	5	4	29	5	5	5	5	5	4	29	
8	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	3	5	3	3	3	5	3	25	5	5	5	5	5	5	30	
9	4	4	3	5	5	3	24	3	3	4	4	5	5	24	3	5	3	2	2	3	2	20	1	4	4	1	1	2	13	
10	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	3	18	
11	4	4	4	5	3	4	24	3	4	4	4	4	3	22	3	4	4	3	4	3	3	24	4	4	4	3	4	4	23	
12	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	3	3	3	20	4	4	4	4	4	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18	
13	3	5	2	5	4	4	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	
14	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	
15	4	4	3	3	3	4	21	4	4	5	4	5	5	27	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	
16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	
17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	
18	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	4	4	24	
19	3	4	4	4	3	3	21	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	4	2	4	22	4	4	3	4	3	3	21	

20	3	4	4	4	5	3	23	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	3	4	4	27	4	5	4	3	4	5	25
21	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	4	5	5	34	4	5	5	5	5	5	29
22	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	3	4	4	5	28	5	4	4	3	4	4	24
23	4	5	3	5	5	4	26	5	4	5	4	5	5	28	5	4	4	3	4	5	4	29	5	5	5	5	4	5	29
24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	5	5	4	32	4	4	4	4	5	5	26
25	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	5	4	32	4	4	5	4	5	5	27
26	4	3	1	5	5	2	20	3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	2	3	4	4	26	5	4	4	3	3	4	23
27	4	5	4	3	4	4	24	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	4	4	3	28	4	5	5	5	4	5	28
28	5	5	4	5	4	4	27	5	4	4	5	4	4	26	4	5	5	3	5	5	4	31	5	5	5	4	4	5	28
29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	3	4	5	5	31	4	4	5	4	5	3	25
31	4	4	4	4	4	3	23	4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	5	4	5	5	32	5	5	4	5	4	5	28
32	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	5	5	31	5	4	4	4	5	5	27
33	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	5	5	4	5	4	27	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	5	33	4	4	5	5	4	5	27
35	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	4	4	4	5	27	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	4	4	25
37	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	4	4	4	5	27	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	5	4	4	25
39	4	5	5	4	5	4	27	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	5	33	4	4	5	5	4	5	27
40	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	5	34	4	5	5	5	5	5	29
41	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	5	23	3	3	3	3	4	5	21
42	1	5	5	5	5	5	26	4	3	5	2	4	5	23	5	5	5	5	3	5	5	33	5	5	5	5	3	3	26
43	5	5	5	4	5	5	29	3	5	4	4	5	5	26	3	4	4	4	3	4	4	26	5	5	5	3	4	5	27
44	4	5	4	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	30
45	3	3	4	4	4	4	22	3	5	5	4	5	5	27	3	5	3	3	5	5	4	28	5	5	4	3	3	3	23
46	5	4	3	5	4	4	25	4	4	3	4	5	5	25	4	4	3	3	4	4	4	26	4	3	3	2	3	4	19
47	4	4	3	4	4	3	22	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	28	3	3	3	3	4	4	20

48	5	5	5	5	5	4	29	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	3	4	24	4	5	4	3	4	5	4	29	4	4	5	5	5	5	28
50	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	4	5	4	30	5	5	5	5	5	5	30
51	5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	4	5	3	27	4	4	5	3	4	4	3	27	4	4	4	3	4	4	23
52	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	27	4	4	4	4	4	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30
53	5	4	5	4	5	3	26	3	4	4	4	5	5	25	3	4	3	4	5	5	4	28	4	5	4	4	5	5	27
54	5	5	4	4	4	4	26	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	5	5	4	30	4	4	4	4	4	5	25
55	5	5	3	4	4	4	25	4	3	3	3	4	4	21	4	5	4	3	5	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	3	4	4	23	3	3	4	3	3	3	19	3	4	3	5	3	4	3	25	4	3	4	5	4	3	23
57	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
58	4	5	3	4	3	4	23	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	3	4	5	4	28	5	5	4	4	5	5	28
59	5	5	4	4	4	3	25	4	4	5	5	5	4	27	4	5	3	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	5	25
60	3	5	3	3	4	4	22	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	3	3	5	4	29	5	5	4	3	4	5	26
61	5	5	3	4	4	4	25	4	3	3	3	4	4	21	4	5	4	3	5	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	3	4	4	23	3	3	4	3	3	3	19	3	4	3	5	3	4	3	25	4	3	4	5	4	3	23
63	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	3	4	24	4	5	4	3	4	5	4	29	4	4	5	5	5	5	28
64	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	3	4	24	4	5	4	3	4	5	4	29	4	4	5	5	5	5	28
65	4	5	5	4	5	4	27	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	5	33	4	4	5	5	4	5	27
66	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	29
67	4	5	4	5	5	4	27	3	3	5	4	4	4	23	4	5	3	4	4	4	4	28	4	5	4	3	4	4	24
68	4	5	4	4	3	3	23	5	5	3	4	4	3	24	3	5	4	3	4	5	4	28	5	3	4	2	4	3	21
69	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30
70	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	4	2	2	2	5	5	25	5	5	4	4	3	3	24
71	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	3	5	5	4	27	5	3	3	4	5	3	23	4	5	4	4	5	4	5	31	4	4	4	3	3	4	22
73	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
74	4	5	3	4	4	3	23	3	3	3	3	3	4	19	4	4	3	3	2	3	3	22	3	4	3	2	3	4	19
75	3	5	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30

76	4	4	5	5	4	3	25	5	4	4	4	5	5	27	3	5	4	4	4	4	4	28	4	5	5	5	4	4	27
77	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	4	5	5	34	5	5	5	3	5	5	28
78	5	5	4	5	5	4	28	3	4	4	4	5	4	24	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	5	5	26
79	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	3	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
81	5	5	4	5	5	4	28	3	5	4	5	4	3	24	4	4	4	3	2	4	3	24	4	5	5	4	4	4	26
82	3	4	2	5	4	2	20	2	3	3	2	5	2	17	2	5	4	4	5	4	4	28	4	4	5	3	3	3	22
83	3	5	5	5	5	3	26	3	5	3	5	5	5	26	5	5	4	3	2	3	3	25	3	3	5	4	2	3	20
84	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
85	3	4	5	4	4	3	23	3	4	4	4	4	4	23	5	4	4	2	3	4	4	26	4	3	4	4	3	3	21
86	5	5	3	4	5	3	25	5	3	4	3	4	5	24	5	5	4	4	5	5	3	31	5	5	5	4	5	3	27
87	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	5	5	4	5	31	4	5	4	5	4	5	27
88	4	5	4	5	4	3	25	4	3	4	3	4	5	23	3	4	3	3	4	4	4	25	5	5	5	5	5	4	29
89	4	5	3	4	4	3	23	3	3	3	3	3	4	19	4	4	3	3	2	3	3	22	3	4	3	2	3	4	19
90	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
91	4	4	5	5	4	3	25	5	4	4	4	5	5	27	3	5	4	4	4	4	4	28	4	5	5	5	4	4	27
92	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	4	5	5	5	29
94	5	4	4	5	5	4	27	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	5	3	3	4	23
95	5	5	5	5	4	3	27	3	4	4	4	4	1	20	4	4	5	3	4	3	4	27	2	4	5	1	3	5	20
96	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30
99	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	5	5	5	5	32	5	5	5	5	5	5	30
100	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	30
101	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	5	26	4	5	4	4	4	5	5	31	5	5	5	5	5	5	30
102	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	5	5	5	33	5	5	5	5	4	5	29
103	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	5	5	29

104	5	5	5	5	5	5	30	2	4	4	4	5	5	24	5	5	4	4	5	5	5	33	5	5	5	2	5	5	27
105	5	5	5	5	5	4	29	2	4	5	4	5	5	25	4	5	4	4	5	5	5	32	5	5	5	2	5	5	27
106	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	29	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	4	5	5	29
107	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	4	4	5	5	28
108	5	5	3	5	4	5	27	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	5	5	5	5	33	5	5	5	4	5	5	29
109	5	5	4	5	4	3	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	3	4	22
110	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	3	23	5	5	4	4	3	4	4	29	4	4	5	2	3	4	22
111	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	3	5	5	4	29	5	5	5	3	5	5	28
112	4	5	5	5	5	4	28	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	5	5	4	31	5	5	5	2	5	5	27
113	4	4	3	4	3	3	21	3	4	4	4	4	3	22	4	3	3	4	4	5	4	27	4	4	5	4	4	5	26
114	4	5	4	4	5	2	24	2	4	5	4	5	5	25	4	5	4	4	2	4	4	27	4	5	5	5	4	4	27
115	4	4	3	5	5	3	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
116	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
117	5	5	4	5	5	5	29	4	4	4	4	4	5	25	5	5	4	4	4	5	4	31	4	5	5	4	4	4	26
118	4	5	3	4	4	4	24	3	3	3	4	3	3	19	4	3	4	3	4	4	4	26	3	3	3	3	3	3	18
119	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	4	5	5	34	5	4	5	5	5	5	29
120	4	5	5	4	4	4	26	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	4	5	29
121	5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	5	5	5	5	34	4	4	4	4	4	5	25
122	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
123	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	3	3	3	4	25	3	4	3	3	3	5	21
124	5	5	4	5	5	5	29	3	4	4	5	5	5	26	3	4	5	3	3	4	4	26	4	5	4	3	2	3	21
125	4	4	3	4	4	5	24	2	2	2	3	4	3	16	4	4	3	2	2	5	3	23	2	2	2	2	2	2	12
126	4	5	4	4	4	4	25	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	5	29	5	4	4	5	5	4	27
127	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24
128	5	5	4	5	5	4	28	3	5	5	5	5	5	28	3	5	3	3	3	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30
129	3	2	3	3	4	4	19	4	2	3	4	4	4	21	4	4	3	3	4	3	3	24	2	4	3	2	3	3	17
130	5	5	5	5	5	1	26	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
131	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	29	4	5	4	4	5	5	4	31	5	5	5	5	5	5	30

132	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	3	5	5	5	5	5	5	33	5	5	5	3	4	5	27
133	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	2	4	5	26
134	5	5	4	5	5	5	29	3	4	4	4	5	5	25	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	5	3	5	5	28
135	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30
136	4	4	4	5	3	4	24	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	5	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30
137	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	5	5	4	29	3	5	4	4	5	5	4	30	5	5	5	4	5	5	29
138	5	5	3	5	5	4	27	3	5	5	4	4	3	24	3	4	4	4	5	5	4	29	5	5	5	5	4	5	29
139	5	5	4	5	5	5	29	3	4	4	4	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	3	5	5	28
140	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	4	5	5	29	3	5	5	3	4	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29
141	3	5	4	4	5	4	25	3	4	4	2	5	5	23	3	5	4	4	5	4	4	29	5	5	5	2	5	5	27
142	5	5	3	4	4	3	24	4	4	4	4	3	5	24	5	5	4	5	5	5	4	33	2	5	5	2	4	5	23
143	5	5	5	5	4	5	29	2	5	5	5	5	5	27	5	5	4	3	5	5	4	31	4	5	5	2	3	5	24
144	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	2	5	3	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	3	3	5	26
145	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	5	5	28	5	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	4	4	5	28
146	5	5	4	4	4	4	26	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	4	5	5	29
147	5	5	4	5	5	4	28	3	4	4	2	5	3	21	4	5	4	4	5	5	4	31	5	5	5	4	5	5	29
148	5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	5	4	5	28	5	5	4	4	5	5	4	32	5	5	5	2	4	5	26
149	4	4	3	3	5	3	22	3	4	3	4	4	5	23	3	4	4	3	3	3	4	24	3	5	4	3	3	4	22
150	5	5	5	5	5	4	29	4	5	5	5	5	5	29	4	5	4	5	5	5	4	32	5	5	5	4	5	5	29



LAMPIRAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.477**	.301**	.444**	.352**	.333**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.477**	1	.383**	.463**	.478**	.397**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.301**	.383**	1	.382**	.432**	.427**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.444**	.463**	.382**	1	.506**	.337**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.352**	.478**	.432**	.506**	1	.358**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	.333**	.397**	.427**	.337**	.358**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1	Pearson Correlation	.680**	.724**	.714**	.713**	.715**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.480**	.478**	.432**	.344**	.408**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.480**	1	.715**	.648**	.615**	.438**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.478**	.715**	1	.563**	.597**	.504**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.432**	.648**	.563**	1	.472**	.461**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	.344**	.615**	.597**	.472**	1	.554**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X2.6	Pearson Correlation	.408**	.438**	.504**	.461**	.554**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X2	Pearson Correlation	.703**	.834**	.823**	.771**	.757**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.411**	.512**	.413**	.319**	.471**	.436**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3.2	Pearson Correlation	.411**	1	.461**	.413**	.464**	.651**	.361**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3.3	Pearson Correlation	.512**	.461**	1	.580**	.518**	.422**	.502**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3.4	Pearson Correlation	.413**	.413**	.580**	1	.612**	.506**	.554**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3.5	Pearson Correlation	.319**	.464**	.518**	.612**	1	.594**	.542**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3.6	Pearson Correlation	.471**	.651**	.422**	.506**	.594**	1	.529**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3.7	Pearson Correlation	.436**	.361**	.502**	.554**	.542**	.529**	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
X3	Pearson Correlation	.667**	.690**	.758**	.798**	.792**	.787**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

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

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.636**	.576**	.518**	.696**	.518**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation	.636**	1	.685**	.325**	.528**	.603**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation	.576**	.685**	1	.399**	.559**	.579**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y4	Pearson Correlation	.518**	.325**	.399**	1	.576**	.329**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y5	Pearson Correlation	.696**	.528**	.559**	.576**	1	.683**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y6	Pearson Correlation	.518**	.603**	.579**	.329**	.683**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Y	Pearson Correlation	.834**	.764**	.774**	.718**	.865**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	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	22.07	6.458	.511	.768
X1.2	21.82	6.726	.610	.750
X1.3	22.31	6.056	.531	.766
X1.4	21.93	6.626	.584	.753
X1.5	21.99	6.577	.584	.752
X1.6	22.34	6.051	.510	.773

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	6

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	21.75	9.049	.536	.858
X2.2	21.47	8.828	.748	.815
X2.3	21.43	9.079	.740	.818
X2.4	21.55	9.094	.658	.831
X2.5	21.26	9.563	.656	.833
X2.6	21.33	9.016	.593	.845

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	7

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	25.81	12.238	.545	.861
X3.3	25.81	11.777	.663	.846
X3.2	25.37	12.705	.599	.856
X3.4	25.95	10.716	.689	.843
X3.5	25.71	10.746	.680	.844
X3.6	25.47	11.526	.698	.841
X3.7	25.67	11.886	.651	.848

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21.67	10.331	.747	.827
Y2	21.54	11.431	.673	.844
Y3	21.50	11.379	.687	.842
Y4	22.07	10.095	.528	.882
Y5	21.81	9.915	.786	.819
Y6	21.55	11.055	.660	.843

LAMPIRAN ANALISIS DESKRIPTIF

Descriptive Statistics								
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
X1.1	150	4	1	5	4.42	.059	.726	.527
X1.2	150	3	2	5	4.67	.047	.573	.329
X1.3	150	4	1	5	4.18	.067	.820	.672
X1.4	150	2	3	5	4.56	.050	.618	.382
X1.5	150	2	3	5	4.51	.052	.632	.399
X1.6	150	4	1	5	4.15	.069	.841	.708
ULASAN ONLINE	150	12	18	30	26.49	.243	2.978	8.869
X2.1	150	3	2	5	4.01	.073	.897	.805
X2.2	150	3	2	5	4.29	.062	.754	.568
X2.3	150	3	2	5	4.33	.058	.709	.503
X2.4	150	3	2	5	4.21	.063	.771	.595
X2.5	150	2	3	5	4.50	.055	.673	.453
X2.6	150	4	1	5	4.43	.069	.846	.716
KEMUDAHAN PENGGUNAAN	150	14	16	30	25.76	.292	3.570	12.747
X3.1	150	3	2	5	4.16	.059	.724	.525
X3.2	150	2	3	5	4.59	.047	.580	.337
X3.3	150	3	2	5	4.15	.058	.712	.507
X3.4	150	3	2	5	4.01	.073	.890	.792
X3.5	150	3	2	5	4.26	.073	.893	.798
X3.6	150	3	2	5	4.49	.060	.730	.534
X3.7	150	3	2	5	4.29	.057	.700	.491
HARGA	150	16	19	35	29.97	.322	3.940	15.522
Y.1	150	4	1	5	4.36	.068	.830	.688
Y.2	150	3	2	5	4.49	.056	.683	.466
Y.3	150	3	2	5	4.53	.056	.682	.466
Y.4	150	4	1	5	3.95	.090	1.101	1.213
Y.5	150	4	1	5	4.22	.071	.874	.763
Y.6	150	3	2	5	4.48	.063	.766	.587
KEPUTUSAN PEMBELIAN	150	18	12	30	26.03	.316	3.874	15.006
Valid N (listwise)	150							

LAMPIRAN Uji Analisis Regresi Linier Berganda (Uji T, Uji F, Koefisien Determinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.682	2.184

a. Predictors: (Constant), HARGA, ULASAN ONLINE, KEMUDAHAN PENGGUNAAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1539.572	3	513.191	107.602	.000 ^b
	Residual	696.321	146	4.769		
	Total	2235.893	149			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, ULASAN ONLINE, KEMUDAHAN PENGGUNAAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.768	1.669		-1.059	.291
	ULASAN ONLINE	.243	.083	.187	2.947	.004
	KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.366	.078	.337	4.700	.000
	HARGA	.398	.070	.404	5.684	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN