

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Experience*.

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer experience* dalam konteks layanan *mobile payment*. Kualitas layanan yang baik, meliputi kecepatan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan kejelasan informasi, terbukti mampu menciptakan pengalaman pelanggan yang positif secara menyeluruh. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan akan sangat menentukan bagaimana mereka mengevaluasi dan merasakan kenyamanan selama menggunakan layanan digital tersebut.

2. *Customer Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*.

Temuan menunjukkan bahwa *customer experience* berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan *word of mouth* (WOM). Pengalaman positif yang dialami pelanggan selama menggunakan layanan m-payment, baik dari segi proses, antarmuka aplikasi, maupun layanan yang diberikan, mendorong pelanggan untuk membagikan pengalaman mereka kepada orang lain secara sukarela. Ini membuktikan bahwa WOM bukan hanya

hasil dari kepuasan fungsional, tetapi juga berasal dari keterlibatan emosional pelanggan terhadap pengalaman mereka.

3. *Customer Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Behavior*. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa *customer experience* memiliki peran penting dalam mendorong *repurchase behavior* atau niat pembelian ulang pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dan memiliki pengalaman menyenangkan dalam menggunakan layanan cenderung memiliki niat untuk tetap menggunakan layanan m-payment ke depannya. Hal ini menegaskan bahwa pengalaman positif bukan hanya berdampak jangka pendek, tetapi juga membentuk loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

4. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *word of mouth*. Ketika pelanggan menilai bahwa layanan m-payment memiliki kualitas yang tinggi, mereka cenderung terdorong untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat menjadi strategi pemasaran tidak langsung yang efektif melalui promosi sukarela dari pelanggan.

5. *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Behavior*. Kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia m-payment terbukti berpengaruh langsung terhadap *repurchase behavior*. Pelanggan yang

merasa nyaman, aman, dan dimudahkan dalam bertransaksi melalui aplikasi cenderung menunjukkan intensi untuk kembali menggunakan layanan yang sama. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan dapat menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan tingkat pembelian ulang.

6. *Customer Experience* memediasi hubungan *Service Quality* terhadap *Word of Mouth*. Hasil pengujian membuktikan bahwa *customer experience* secara signifikan memediasi pengaruh *service quality* terhadap *word of mouth*. Pengalaman yang positif menjadi faktor penghubung antara kualitas layanan dan kecenderungan pelanggan untuk merekomendasikan layanan. Artinya, kualitas layanan akan lebih berdampak terhadap WOM apabila dibarengi dengan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, efisien, dan sesuai harapan pelanggan.
7. *Customer Experience* memediasi hubungan *Service Quality* terhadap *Repurchase Behavior*. Kesimpulan dari pengujian menunjukkan bahwa *customer experience* berperan sebagai mediator signifikan dalam hubungan antara *service quality* dan *repurchase behavior*. Pengalaman yang dibentuk melalui interaksi pelanggan dengan layanan berkontribusi besar dalam memperkuat efek kualitas layanan terhadap niat untuk melakukan pembelian ulang. Dengan kata lain, kualitas layanan akan berdampak lebih kuat terhadap loyalitas pelanggan jika didukung oleh pengalaman yang positif, konsisten, dan memuaskan.

5.2. Implikasi Manajerial

Dari temuan tersebut, terdapat beberapa implikasi manajerial yang relevan bagi perusahaan penyedia layanan *mobile payment* di Indonesia. Pertama, perusahaan harus berfokus tidak hanya pada peningkatan aspek teknis layanan, tetapi juga pada penciptaan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan berkesan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan data pribadi, dan kemudahan mendapatkan bantuan saat terjadi masalah. Kedua, karena kualitas layanan terbukti sebagai fondasi pembentukan pengalaman pelanggan, maka dimensi-dimensi layanan seperti reliabilitas, daya tanggap, dan jaminan harus dijaga dan ditingkatkan. Ketiga, hasil bahwa pengalaman pelanggan berdampak langsung pada *word of mouth* menunjukkan bahwa pengalaman dapat digunakan sebagai strategi pemasaran tidak langsung. Oleh karena itu, perusahaan dapat mendorong pelanggan yang puas untuk memberikan ulasan, testimoni, atau ikut dalam program *referral*. Keempat, pengalaman pelanggan yang positif dan konsisten juga akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk terus menggunakan layanan tersebut, yang penting untuk strategi retensi jangka panjang.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan.

1. Instrumen pengumpulan data, yaitu kuesioner yang digunakan. Beberapa pernyataan dalam kuesioner bersifat umum dan tidak secara spesifik menggambarkan karakteristik layanan atau fitur khusus dari aplikasi *mobile payment* yang digunakan responden. Selain itu, beberapa pertanyaan pada kuesioner terdapat pengulangan yang memiliki maksud yang sama. Hal ini membuat instrumen penelitian cenderung bersifat generik dan dapat diterapkan pada berbagai jenis layanan digital, tidak terbatas pada konteks m-payment. Akibatnya, tingkat kedalaman informasi yang diperoleh mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan tertentu menjadi kurang optimal. Keterbatasan ini dapat memengaruhi ketepatan interpretasi hasil, terutama dalam memahami perilaku pengguna berdasarkan karakteristik aplikasi yang berbeda.
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 18–25 tahun dan sebagian besar merupakan mahasiswa. Hal ini menjadikan hasil penelitian cenderung merepresentasikan segmen generasi muda, sehingga kurang mewakili seluruh populasi pengguna *mobile payment* di Indonesia.
3. Ketiga, penelitian ini tidak difokuskan pada satu merek atau platform *mobile payment* tertentu, melainkan mencakup layanan secara umum. Dengan demikian, perbedaan karakteristik masing-masing aplikasi tidak dapat digambarkan secara mendalam.
4. Keempat, penelitian ini hanya menggunakan variabel-variabel seperti *Service Quality*, *Customer Experience*, *Word of Mouth*, dan *Repurchase*

Behavior. Padahal dalam konteks perilaku pelanggan digital, terdapat kemungkinan bahwa terdapat variabel lain yang juga berperan penting namun belum diikutsertakan dalam model ini, seperti kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan, atau keterlibatan pelanggan. Dengan demikian, model dalam penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan memasukkan variabel tambahan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

5.4. Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan tersebut, disarankan agar penelitian selanjutnya melakukan beberapa perbaikan.

1. Menggunakan instrumen kuesioner yang lebih terfokus dan spesifik sesuai dengan objek atau konteks layanan yang diteliti. Penyusunan item pertanyaan sebaiknya disesuaikan dengan fitur, karakteristik, dan pengalaman khas dari masing-masing aplikasi *mobile payment*, seperti antarmuka pengguna, sistem keamanan, atau proses transaksi yang berbeda antar platform. Hal ini akan meningkatkan validitas konstruk serta memperkaya pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi *customer experience*, *word of mouth*, dan *repurchase behavior* secara lebih mendalam dan kontekstual. Penyesuaian instrumen yang lebih rinci juga memungkinkan hasil penelitian yang lebih akurat dan aplikatif untuk masing-masing penyedia layanan.

2. Penelitian di masa depan dapat menggunakan responden yang lebih beragam secara usia, pekerjaan, dan latar belakang sosial-ekonomi, agar hasilnya lebih mewakili kondisi pengguna *mobile payment* secara nasional.
3. Penelitian diarahkan secara spesifik kepada satu atau beberapa platform layanan *mobile payment* tertentu, agar dapat menggali lebih dalam pengalaman pengguna pada masing-masing merek.
4. Mengembangkan model penelitian yang lebih menyeluruh, disarankan agar peneliti selanjutnya mempertimbangkan untuk memasukkan variabel baru, seperti, *customer satisfaction*, *perceived value*, atau *customer engagement*, guna menguji peran variabel-variabel tersebut baik sebagai mediator maupun moderator yang dapat memperkuat hubungan antar konstruk dalam model. Dengan memasukkan variabel tambahan tersebut, penelitian di masa depan diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam ekosistem layanan keuangan digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmedova, A., Marimon, F., & Mas-machuca, M. (2020). Winning strategies for customer loyalty in the sharing economy : A mixed- methods study. *Journal of Business Research*, 112(May 2019), 33–44.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.046>
- Al-Habib, A. A., & Albari. (2024). Driving Word of Mouth in E-commerce: The Impact of Service Quality, Customer Experience, and Repurchase Intention on TikTok Shop. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(9), 261–279. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i91491>
- Basri, N. A. H., Ahmad, R., Anuar, F. I., & Ismail, K. A. (2016). Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay Upscale Restaurant. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 324–331.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.175>
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). *Customer experience : fundamental premises and implications for research*.
- Fall, N. A. M., Diop-Sall, F., & Poncin, I. (2021). Drivers of the experience value of mobile money transfer service: Senegaleseuser perspectives. *Journal of Services Marketing*, 35(7), 901–917. <https://doi.org/10.1108/JSM-07-2020-0282>
- Glynn Mangold, W., Miller, F., & Brockway, G. R. (1999). Word-of-mouth communication in the service marketplace. *Journal of Services Marketing*, 13(1), 73–89. <https://doi.org/10.1108/08876049910256186>
- GoodStats. (2024). *Preferensi Mobile Banking dan E-Wallet di Kalangan Generasi Muda*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/preferensi-mobile-banking-dan-e-wallet-di-kalangan-generasi-muda-OrBZG>
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
<https://doi.org/10.1108/EUM00000000004784>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial*

- Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). The Results of PLS-SEM Article information. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Haryono, S., Suharyono, Fauzi, A. D. H., & Suyadi, I. (2015). The Effects of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight, Trust, Repurchase Intention, and Word of Mouth. *European Journal of Business and Management*, 7(12), 36–48.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management and Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Huddin, M. N., Kurnia, D., Deviyantoro, D., & Nafiudin, N. (2024). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism destination. *Diponegoro International Journal of Business*, 6(2), 142–154. <https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.142-154>
- Irianto, A. B. P., & Chanvarasuth, P. (2025). Drivers and Barriers of Mobile Payment Adoption Among MSMEs: Insights from Indonesia. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(5). <https://doi.org/10.3390/jrfm18050251>
- Jun, M., & Palacios, S. (2016). Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 307–326. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2015-0015>
- Kala'Lembang, A., Sudarmiatin, Soetjipto, B. E., & Winarno, A. (2024). Understanding the adoption of digital payment in Indonesian SMEs using modified technology acceptance model. *Journal of Social Economics Research*, 11(2), 213–227. <https://doi.org/10.18488/35.v11i2.3672>
- Kang, G., & James, J. (2004). Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(4), 266–277. <https://doi.org/10.1108/09604520410546806>
- Klaus, P. (2023). Where is customer experience (CX) research heading? A personal

- commentary. *Journal of Services Marketing*, 37(6), 700–705.
<https://doi.org/10.1108/JSM-05-2022-0169>
- Kuppelwieser, V. G., Klaus, P., Manthiou, A., & Hollebeek, L. D. (2022). The role of customer experience in the perceived value–word-of-mouth relationship. *Journal of Services Marketing*, 36(3), 364–378. <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2020-0447>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Leonnard, S., Comm, M., & Thung, F. (2017). The relationship of service quality, word-of-mouth, and repurchase intention in online transportation services. *Journal of Process Management. New Technologies*, 5(4), 30–40.
<https://doi.org/10.5937/jouproman5-15210>
- Liana, P., Jaensson, J. E., & Mmari, G. (2024). The mediating effect of customer experience on word of mouth and repurchase behaviours in mobile payment services in Tanzania. *Cogent Business and Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2365426>
- Marie, A. A. (2024). Management & Marketing. In *Journal of Clinical Orthodontics* (Vol. 58, Issue 1).
- Mccoll-kennedy, J. R., Zaki, M., Lemon, K. N., Urmetzer, F., & Neely, A. (2019). *Gaining Customer Experience Insights That Matter*. 22(1), 8–26.
<https://doi.org/10.1177/1094670518812182>
- Mukhid, A. (2021). Metodolohi Penelitian Pendekatan Kuantitatif. In *CV. Jakad Media Publishing*.
- Napitupulu, E. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *Performa*, 5(4), 350–359.
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1790>
- Ngoma, M., & Ntale, P. D. (2019). Word of mouth communication: A mediator of relationship marketing and customer loyalty. *Cogent Business and Management*,

- 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1580123>
- Olaleye, S. A., Sanusi, I. T., & Salo, J. (2020). Mobile customers' experience and loyalty: A study of tablet gender divergence in Finland. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 14(3), 275–298.
<https://doi.org/10.1504/IJIMA.2020.108718>
- Pakpahan, A., Mukti, A. H., & Purba, A. E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan. *Jurnal Ilmiah Bisni, Pasar Modal, Dan UMKM*, 2, 1–100.
- “Phil” Klaus, P., & Maklan, S. (2012). EXQ: a multiple-item scale for assessing service experience. *Journal of Service Management*, 23(1), 5–33.
<https://doi.org/10.1108/09564231211208952>
- Santarriaga, M. de L. D., & Soto, F. C. (2022). Service Quality and Brand Experience as Factors Affecting Repurchase Intention through Word of Mouth in a Mexican Hotel Chain during the Pandemic Covid-19. *Global Journal of Human-Social Science*, 22(4), 7–15. <https://doi.org/10.34257/gjhsshvol22is4pg7>
- Saodin, Suharyono, Arifin, Z., & Sunarti. (2019). the Influence of E-Service Quality Toward E-Satisfaction, E-Trust, E-Word of Mouth and Online Repurchase Intention: a Study on the Consumers of the Three-Star Hotels in Lampung. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 93(9), 27–38.
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-09.03>
- Setiabudhi, Hatta; Suwono; Setiawan, Yudi Agus; Karim, S. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. 1–102.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2018). Marketing and Mobile Financial Services. In *Marketing and Mobile Financial Services*.
<https://doi.org/10.4324/9781351174466>
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suriansha, R., Diposumarto, N. S., & Muharam, H. (2024). The Effect of Service

- Quality on Customer Retention and Customer Experience as Mediating Variable. *West Science Business and Management*, 2(02), 519–524.
<https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i02.948>
- Teeroovengadum, V. (2022). Service quality dimensions as predictors of customer satisfaction and loyalty in the banking industry: moderating effects of gender. *European Business Review*, 34(1), 1–19. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2019-0270>
- Tsoukatos, E. (2007). *Customer Behaviour, Service Quality and The Effects of Culture: a Quantitative Analysis in Greek Insurance*. April, 248.
- Tsoukatos, E., & Koulentaki, M. (2011). A structural equations approach to assessing alternative service quality metrics within an extended service quality, customer satisfaction, customer loyalty model. *Global Business and Economics Review*, 13(3–4), 222–239. <https://doi.org/10.1504/GBER.2011.041850>
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadhi, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Weston, R., & Gore, P. A. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 719–751.
<https://doi.org/10.1177/0011000006286345>
- Yıldız, B., & Dayı, F. (2020). Banka Hizmet Kalitesinin Kurumsal İmaj, Müşteri Tatmini ve Tekrar Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Analizi (Analysis of the Effect of Bank Service Quality on Corporate Image, Customer Satisfaction and Repurchase Behavior). *Journal of Business Research - Turk*, 12(1), 1–17. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.824>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral consequences of service. *The Behavioral Consequences Of Service Quality*, 1–14.
- Zhang, R., Jun, M., & Palacios, S. (2023). M-shopping service quality dimensions and their effects on customer trust and loyalty: an empirical study. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 40(1), 169–191.

<https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2020-0374>

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Google Form

Halo teman-teman, perkenalkan saya Muhammad Hafizh Bernath Saputra, Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dengan judul "*Peran Mediasi Customer Experience Dalam Hubungan Antara Word Of Mouth Dan Repurchase Behavior Pada Layanan Mobile Payment Di Indonesia*" sebagai syarat kelulusan studi saya.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan adalah sebagai berikut:

1. Pernah menggunakan layanan m-payment sebagai media transaksi atau pembayaran
2. Telah menggunakan layanan m-payment selama 3 bulan terakhir

Seluruh data dan informasi yang teman-teman isi hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak disebarluaskan.

Terimakasih atas ketersediaan teman-teman untuk mengisi kusioner ini dan telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Apabila terdapat pertanyaan mengenai kusioner ini dapat menghubungi nomor dan email yang tertera dibawah ini:

WhatsApp: 082223140609

Email: 210326456@students.uajy.ac.id

Terimakasih dan Sukses Selalu!

Pertanyaan Filter 1

Pertanyaan ini digunakan untuk mendapatkan kriteria responden yang sesuai dengan penelitian ini.

Apakah Anda pernah melakukan pembayaran atau transaksi menggunakan layanan *m-payment*?

- Ya
- Tidak

Pertanyaan Filter 2

Pertanyaan ini digunakan untuk mendapatkan kriteria responden yang sesuai dengan penelitian ini.

Apakah Anda menggunakan layanan *m-payment* dalam 3 bulan terakhir?

- Ya
- Tidak

Profil Responden

Pertanyaan ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dasar tentang karakteristik individu yang berpartisipasi dalam penelitian. Data ini penting untuk memahami latar belakang responden, mengelompokkan jawaban berdasarkan kategori tertentu, serta memastikan analisis data lebih tepat sasaran.

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Usia

- 18-25 Tahun
- 26-30 Tahun
- 31-40 Tahun
- 40-50 Tahun
- >50 Tahun

Pendapatan per bulan

- < Rp1.000.000
- Rp1.000.000 - Rp3.000.000
- Rp3.000.000 - Rp5.000.000
- Rp5.000.000

Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Wirausaha
- Pegawai Negeri Sipil
- Yang lain

Pendidikan Terakhir

- SD
- SMP / Sederajat
- SMA / Sederajat
- Diploma (D1/D2/D3)

- Sarjana (S1)
- Pasca Sarjana (S2/S3)

Layanan Mobile Payment yang Digunakan

- BRImo
- BCA Mobile
- Livin'by Mandiri
- BNI Mobile Banking
- Jenius

Service Quality (SQ)

Service Quality adalah layanan yang disediakan oleh penyedia dengan upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. *Service Quality* juga dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah bisnis atau perusahaan untuk memberikan layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Pada kusioner ini, *Service Quality* dibagi menjadi 3, Technical Quality, Functional Quality, dan Reputation Quality.

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner dengan sungguh-sungguh, keterangan jawaban sebagai berikut:

(1) STS : Sangat Tidak Setuju

(2) TS : Tidak Setuju

(3) N : Netral

(4) S : Setuju

(5) SS : Sangat Setuju

(TECHNICAL QUALITY) Penyedia layanan pembayaran mobile saya menyelesaikan layanan dengan sukses.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

(TECHNICAL QUALITY) Layanan pembayaran mobile dapat diselesaikan tanpa gangguan.

Sangat Tidak Setuju

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

(FUNCTIONAL QUALITY) Penyedia layanan saya selalu memberi informasi penting kepada saya.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(FUNCTIONAL QUALITY) Penyedia layanan saya menanggapi keluhan saya dengan cara yang ramah.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya memberikan layanan yang sangat baik.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya memberikan layanan yang sangat baik.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya adalah penyedia layanan yang sukses.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya tulus kepada pelanggannya.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya memiliki reputasi yang baik.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Customer Experience (CX)

Customer experience adalah keseluruhan persepsi dan perasaan pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan, yang terbentuk dari seluruh interaksi mereka baik langsung maupun tidak langsung dengan bisnis tersebut. Pada bagian ini customer experience dibagi menjadi 3, Peace Of Mind, Outcome Focus, dan Moment Of Truth. Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner sesuai dengan sesungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

(PEACE OF MIND) Saya merasa percaya diri menggunakan layanan pembayaran mobile.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(PEACE OF MIND) Berurusan dengan penyedia layanan ini sangat mudah.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju

3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(PEACE OF MIND) Penyedia layanan saya memberikan saran gratis mengenai layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(OUTCOME FOCUS) Penyedia layanan ini memberikan penawaran yang lebih baik, jadi saya tidak perlu khawatir; di sini saya yakin akan mendapatkannya.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

(OUTCOME FOCUS) Layanan pembayaran mobile memberikan apa yang saya butuhkan dengan cepat.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

(OUTCOME FOCUS) Saya lebih memilih penyedia layanan pembayaran mobile saya dibandingkan pesaingnya.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

(MOMENT OF TRUTH) Penyedia layanan mobile payment ini memberi layanan pelanggan yang baik.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

(MOMENT OF TRUTH) Penyedia layanan mobile payment ini selalu memberi saya informasi terbaru setiap ada informasi baru

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

Word Of Mouth (WOM)

Word Of Mouth (WOM) adalah bentuk komunikasi atau promosi dari mulut ke mulut, di mana informasi tentang produk, layanan, atau merek disampaikan oleh konsumen kepada konsumen lainnya, biasanya secara informal dan tanpa bayaran.

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner sesuai dengan sesungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

(1) STS : Sangat Tidak Setuju

(2) TS : Tidak Setuju

(3) N : Netral

(4) S : Setuju

(5) SS : Sangat Setuju

Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang penyedia layanan m-payment saya.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

Saya selalu menganggap penyedia layanan m-payment saya sebagai pilihan utama.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Saya menganggap diri saya sebagai pelanggan yang loyal.

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Repurchase Behaviors (RB)

Repurchase Behavior adalah perilaku konsumen yang melakukan pembelian ulang terhadap produk atau layanan yang sama setelah pembelian sebelumnya, biasanya karena kepuasan, kepercayaan, atau loyalitas terhadap merek tersebut.

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner sesuai dengan sungguh-sungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

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

Saya akan terus menggunakan penyedia layanan m-payment ini.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

Saya akan menggunakan penyedia layanan ini lagi saat saya membutuhkan layanan baru.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

Saya akan melakukan sebagian besar pembayaran m-payment saya dengan penyedia yang sama

seperti yang saya gunakan sekarang.

1. Sangat Tidak Setuju

2. Tidak Setuju

3. Netral

4. Setuju

5. Sangat Setuju

Penutup

Terimakasih telah meluangkan waktu teman-teman untuk mengisi kusioner ini. Partisipasi teman-teman sekalian sangat berarti dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini yang berjudul "Peran Mediasi *Customer Experience* Dalam Hubungan Antara *Word of Mouth* Dan *Repurchase Behavior* Pada Layanan Mobile Payment Di Indonesia".

Semua jawaban yang telah diberikan akan dijamin kerahasiannya dan hanya untuk digunakan untuk kepentingan akademik.

Terimakasih dan Sukses Selalu!

Lampiran 2 Screenshot Kuesioner Google Form

Section 1 of 9

PERAN MEDIASI *CUSTOMER EXPERIENCE* DALAM HUBUNGAN ANTARA *WORD OF MOUTH* DAN *REPURCHASE BEHAVIOR* PADA LAYANAN MOBILE PAYMENT DI INDONESIA

B *I* U

Halo teman-teman, perkenalkan saya Muhammad Hafizh Bernath Saputra, Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dengan judul "*PERAN MEDIASI CUSTOMER EXPERIENCE DALAM HUBUNGAN ANTARA WORD OF MOUTH DAN REPURCHASE BEHAVIOR PADA LAYANAN MOBILE PAYMENT DI INDONESIA*" sebagai syarat kelulusan studi saya.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan adalah sebagai berikut:

1. Pernah menggunakan layanan *m-payment* sebagai media transaksi atau pembayaran
2. Telah menggunakan layanan *m-payment* selama 3 bulan terakhir

Seluruh data dan informasi yang teman-teman isi hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan tidak disebarluaskan.

Terimakasih atas ketersediaan teman-teman untuk mengisi kusioner ini dan telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Apabila terdapat pertanyaan mengenai kusioner ini dapat menghubungi nomor dan email yang tertera dibawah ini:
WhatsApp: 082223140609
Email: 210326456@students.uajy.ac.id

Terimakasih dan Sukses Selalu!

B *I* U

Section 2 of 9

Pertanyaan Filter 1

Pertanyaan ini digunakan untuk mendapatkan kriteria responden yang sesuai dengan penelitian ini.

Apakah Anda pernah melakukan pembayaran atau transaksi menggunakan layanan *m-payment*?

☐ Ya

☐ Tidak

After section 2 Continue to next section

Section 3 of 9

Pertanyaan Filter 2

Pertanyaan ini digunakan untuk mendapatkan kriteria responden yang sesuai dengan penelitian ini.

Apakah Anda menggunakan layanan *m-payment* dalam 3 bulan terakhir? *

☐ Ya

☐ Tidak

Section 4 of 9

Profil Responden

Pertanyaan ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dasar tentang karakteristik individu yang berpartisipasi dalam penelitian. Data ini penting untuk memahami latar belakang responden, mengelompokkan jawaban berdasarkan kategori tertentu, serta memastikan analisis data lebih tepat sasaran.

Jenis Kelamin *

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

Usia *

- ☐ 18 - 25 Tahun
- ☐ 26 - 30 Tahun
- ☐ 31 - 40 Tahun
- ☐ 40 - 50 Tahun
- ☐ >50 Tahun

Pendapatan per bulan *

- ☐ < Rp1.000.000
- ☐ Rp1.000.000 - Rp3.000.000
- ☐ Rp3.000.000 - Rp5.000.000
- ☐ > Rp5.000.000

Pekerjaan *

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Karyawan Swasta
- ☐ Wirausaha
- ☐ Pegawai Negeri Sipil
- ☐ Yang lain

Pendidikan Terakhir *

- ☐ SD
- ☐ SMP / Sederajat
- ☐ SMA / Sederajat
- ☐ Diploma (D1/D2/D3)
- ☐ Sarjana (S1)
- ☐ Pasca Sarjana (S2/S3)

Layanan Mobile Payment yang Digunakan *

- ☐ BRImo
- ☐ BCA Mobile
- ☐ Livin' by Mandiri
- ☐ BNI Mobile Banking
- ☐ Jenius

Section 5 of 9

Service Quality (SQ)

Service Quality adalah layanan yang disediakan oleh penyedia dengan upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Service Quality juga dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah bisnis atau perusahaan untuk memberikan layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Pada kusioner ini, Service Quality dibagi menjadi 3, **Technical Quality, Functional Quality, dan Reputation Quality.**

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner dengan sungguh-sungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

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

(TECHNICAL QUALITY) Penyedia layanan pembayaran mobile saya menyelesaikan layanan dengan sukses. *

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

(TECHNICAL QUALITY) Layanan pembayaran mobile dapat diselesaikan tanpa gangguan.

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(FUNCTIONAL QUALITY) Penyedia layanan saya selalu memberi informasi penting kepada saya. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(FUNCTIONAL QUALITY) Penyedia layanan saya menanggapi keluhan saya dengan cara yang ramah. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya memberikan layanan yang sangat baik. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

...

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya adalah penyedia layanan yang sukses. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya tulus kepada pelanggannya. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

(REPUTATION QUALITY) Penyedia layanan saya memiliki reputasi yang baik. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Customer Experience (CX)

Customer experience adalah keseluruhan persepsi dan perasaan pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan, yang terbentuk dari seluruh interaksi mereka baik langsung maupun tidak langsung dengan bisnis tersebut. Pada bagian ini customer experience dibagi menjadi 3, **Peace Of Mind**, **Outcome Focus**, dan **Moment Of Truth**.

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner sesuai dengan sesungguh-sungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

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

B *I* U

(PEACE OF MIND) Saya merasa percaya diri menggunakan layanan pembayaran mobile. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

(PEACE OF MIND) Berurusan dengan penyedia layanan ini sangat mudah. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

(PEACE OF MIND) Penyedia layanan saya memberikan saran gratis mengenai layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

(OUTCOME FOCUS) Penyedia layanan ini memberikan penawaran yang lebih baik, jadi saya tidak perlu khawatir, di sini saya yakin akan mendapatkannya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

(**OUTCOME FOCUS**) Layanan pembayaran mobile memberikan apa yang saya butuhkan dengan cepat. *

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

...
(**OUTCOME FOCUS**) Saya lebih memilih penyedia layanan pembayaran mobile saya dibandingkan pesaingnya. *

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

(**MOMENT OF TRUTH**) Penyedia layanan mobile payment ini memberi layanan pelanggan yang baik. *

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

(**MOMENT OF TRUTH**) Penyedia layanan mobile payment ini selalu memberi saya informasi terbaru setiap ada informasi baru. *

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

Section 7 of 9

Word Of Mouth (WOM)

B I U  

Word Of Mouth (WOM) adalah bentuk komunikasi atau promosi dari mulut ke mulut, di mana informasi tentang produk, layanan, atau merek disampaikan oleh konsumen kepada konsumen lainnya, biasanya secara informal dan tanpa bayaran.

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner sesuai dengan sesungguh-sungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

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

Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang penyedia layanan m-payment saya. *

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

Saya selalu menganggap penyedia layanan m-payment saya sebagai pilihan utama. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya menganggap diri saya sebagai pelanggan yang loyal. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Section 8 of 9

Repurchase Behaviors (RB)

Repurchase Behavior adalah perilaku konsumen yang melakukan pembelian ulang terhadap produk atau layanan yang sama setelah pembelian sebelumnya, biasanya karena kepuasan, kepercayaan, atau loyalitas terhadap merek tersebut.

Harap memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan dibawah ini dengan skala likert. Mohon untuk mengisi kusioner sesuai dengan sungguh-sungguhnya, keterangan jawaban sebagai berikut:

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

Saya akan terus menggunakan penyedia layanan m-payment ini. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya akan menggunakan penyedia layanan ini lagi saat saya membutuhkan layanan baru. *

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

Saya akan melakukan sebagian besar pembayaran m-payment saya dengan penyedia yang sama seperti yang saya gunakan sekarang. *

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

Section 9 of 9

Penutup

Terimakasih telah meluangkan waktu teman-teman untuk mengisi kusioner ini. Partisipasi teman-teman sekalian sangat berarti dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini yang berjudul "**Pengaruh Mediasi *Customer Experience* Terhadap *Word Of Mouth* dan *Repurchase Behaviours* dalam Layanan Mobile Payment Di Indonesia**".

Semua jawaban yang telah diberikan akan dijamin kerahasiannya dan hanya untuk digunakan untuk kepentingan akademik.

Terimakasih dan Sukses Selalu!

B *I* U    

Lampiran 3 Data Responden dan Jawabannya

Nama pengguna	Pertanyaan Filter 1	Pertanyaan Filter 2	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan per bulan	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Layanan Mobile Payment yang Digunakan
evanezra24@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile; Livin' by Mandiri
gabrielseptya@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
srghsamuel@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
shelomitahaloho01@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
oktaindra67@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
nathanieldavito00@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile; Livin' by Mandiri

				Tahun				
zefaatalya29@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	> Rp5.000.000	Karyawan Swasta	Sarjana (S1)	BCA Mobile
keyptrnbl06@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
srgn.bhetran@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
sengamanis111@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
gabrieltegar12@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
daappidzz@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
evanamelyana00@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	> Rp5.000.000	Yang lain	Pasca Sarjana (S2/S3)	BRImo;BCA Mobile;Livin' by Mandiri

				Tahun				
hilariustitan08@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri;BNI Mobile Banking;Jenius
hilariustitan08@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri;BNI Mobile Banking;Jenius
isauraestetia77@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Karyawan Swasta	SMA / Sederajat	BCA Mobile
rakhmataziz7@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;BNI Mobile Banking
caturariyadharma@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile;Livin' by Mandiri
agelchrly99@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Karyawan Swasta	SMA / Sederajat	BCA Mobile
florensiadriska@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25	> Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo

				Tahun				
fadhlikhairi671@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile;Livin' by Mandiri;BNI Mobile Banking
petrusgrace97@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
wiryadikusuma45@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo
josephjmanalu827@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking
patrice20nemesiasinaga@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri
angelina.meissy@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
nicholasfarrel0801@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25	Rp1.000.000 -	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile

				Tahun	Rp3.000.000			
franciscusrafi@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
r14n.hs@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
vin.satrio099@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMP / Sederajat	BCA Mobile
edmundranu@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking
zabrinaabell19@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	Livin' by Mandiri
danishrofima27@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	Livin' by Mandiri
irfanfirmanto01@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	> Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo

				Tahun				
briansimanjuntak05@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo;BCA Mobile;Livin' by Mandiri;BNI Mobile Banking;Jenius
denyperdanaputra3@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Wirausaha	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri
slsabilah0309@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Karyawan Swasta	SMA / Sederajat	BRImo;BNI Mobile Banking
tasyagalut21@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
audreygrace088@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
gitafarhannisa@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri

fransiscusmichael6@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;BCA Mobile
ikevional@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	Livin' by Mandiri
destianaft@std.unissula.ac.id	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo;BNI Mobile Banking
benedictafeliciagp@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
risky.dwi.setyowati@student.s.untidar.ac.id	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri
aisyahlashinta@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
diahayu1208@std.unissula.ac.id	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo

sasnafr25@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
febrianiputrilintang@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
girlfluffy131@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
hastyaparamitha@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
citrarachaeliadamarsanti@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile; Livin' by Mandiri
febriandini20022004@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
hamdanirustam81@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile

reghinamaisarah@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
elratsonthasimorangkir@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
azariatheresia@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile;Livin' by Mandiri
bracilots@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BNI Mobile Banking
eardiany@std.unissula.ac.id	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Yang lain	Sarjana (S1)	BNI Mobile Banking
gregoriuswaskito896@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
desviralf@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile;Livin' by Mandiri

miratryout@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
nailaadinda0904@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri
enggarsetyaji@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking
rafaelyoga024@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
vionap4@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
yonatanivan09@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile;BNI Mobile Banking
niraagustina5@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile

anggagalang1@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo
eksireyna17@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;BCA Mobile;BNI Mobile Banking
keziastevs28@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
lisa38939@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
nangkydanuartaa129@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
miftiaraaudrey39@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri;BNI Mobile Banking
kyadisya@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking

evan.setiadii@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
rio.samba07@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile;Livin' by Mandiri
margareta182004@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;BCA Mobile
chriswirapku@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
dhimasw02@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking
nathalievg99@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
evan.pandu08@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile;BNI Mobile Banking

tobiasbenedict849@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking
souhokawilma25@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Yang lain	Sarjana (S1)	BRImo;BCA Mobile
satriajuananda2003@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	> Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
ronaldferdian2202@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile;Livin' by Mandiri
satriorio2808@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
akbarbagask14@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
fadhlansatria03@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Yang lain	Diploma (D1/D2/D3)	BCA Mobile

azharcwi27@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Karyawan Swasta	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
ahmad.fairuzmumtaz@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
akunklaude77@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Wirausaha	SMA / Sederajat	BRImo;BCA Mobile
bagassurya445@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Wirausaha	SMA / Sederajat	BCA Mobile
andreasnainggolan38@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
surotoyk12@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	> Rp5.000.000	Wirausaha	SMA / Sederajat	BCA Mobile;Livin' by Mandiri
indradjati11@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo

gita.sekargitanty@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
josephineamare@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
nsari5218@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Karyawan Swasta	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri
tiaraagis@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
avashelbydenisha@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	Livin' by Mandiri
cindyardianita01@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
amsolinlight@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo

madegopin73@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo
luthfi.bwn@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo
razzaqberhan@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	26 - 30 Tahun	< Rp1.000.000	Yang lain	Sarjana (S1)	BRImo
amabel.sani.tumbuh@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
anindyaanjani59@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BRImo;Livin' by Mandiri
pujalimlim1@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
robbian.arasya7@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Yang lain	Sarjana (S1)	BRImo;Livin' by Mandiri

ronaldmarshalferdian@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile;Livin' by Mandiri
ravellaaisya@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo;BCA Mobile
bonarsaragihh@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	>50 Tahun	> Rp5.000.000	Karyawan Swasta	Sarjana (S1)	BRImo;BCA Mobile
rendywisesa69@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp3.000.000 - Rp5.000.000	Yang lain	SMA / Sederajat	BCA Mobile
damaransyah123@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
semutlari11@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
nicholasfarrel0801@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	26 - 30 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
pokokpikira69@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25	Rp3.000.000 -	Karyawan Swasta	Sarjana (S1)	BCA Mobile

				Tahun	Rp5.000.000			
anatasiady448@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BRImo;Livin' by Mandiri
anjaykelas902@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BCA Mobile
jyesthoda@gmail.com	Ya	Ya	Laki-laki	18 - 25 Tahun	Rp1.000.000 - Rp3.000.000	Pelajar/Mahasiswa	Sarjana (S1)	BCA Mobile
joyemmanuela06@gmail.com	Ya	Ya	Perempuan	18 - 25 Tahun	< Rp1.000.000	Pelajar/Mahasiswa	SMA / Sederajat	BNI Mobile Banking

Lampiran 4 Data Mentah Responden

SQ 1.1	SQ 1.2	SQ 2.1	SQ 2.2	SQ 3.1	SQ 3.2	SQ 3.3	SQ 3.4	C X1 .1	C X1 .2	C X1 .3	C X2 .1	C X2 .2	C X2 .3	C X3 .1	C X3 .2	W O M 1	W O M 2	W O M 3	RB 1	RB 2	RB 3
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5
5	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	3	2	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4

4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	3	5	4	4
4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	2	3
4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4	3	4
5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	3	4	5	2	2	3	3	2
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3
4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4
4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	2	4
5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
5	5	3	3	4	5	3	4	5	3	5	5	5	3	3	3	4	3	3	5	4	3
5	3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	2	3	3	4	5	3	4	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4
4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5

4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	3	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4
4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3
3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3
3	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4

Lampiran 5 Hasil Olah Data

1. Pengujian *Outer Loading* Tahap 1

Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	Keterangan
SQ1.1	0.707	VALID
SQ1.2	0.660	TIDAK VALID
SQ2.1	0.735	VALID
SQ2.2	0.719	VALID
SQ3.1	0.767	VALID
SQ3.2	0.790	VALID
SQ3.3	0.790	VALID
SQ3.4	0.757	VALID
CX1.1	0.750	VALID
CX1.2	0.762	VALID
CX1.3	0.712	VALID
CX2.1	0.773	VALID
CX2.2	0.738	VALID
CX2.3	0.741	VALID
CX3.1	0.786	VALID
CX3.2	0.702	VALID
WOM1	0.825	VALID
WOM2	0.869	VALID
WOM3	0.807	VALID
RB1	0.840	VALID
RB2	0.860	VALID
RB3	0.882	VALID

2. Pengujian *Outer Loading* Tahap 2

Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	Keterangan
SQ1.1	0.698	TIDAK VALID
SQ2.1	0.748	VALID
SQ2.2	0.733	VALID
SQ3.1	0.773	VALID
SQ3.2	0.787	VALID
SQ3.3	0.805	VALID
SQ3.4	0.758	VALID
CX1.1	0.750	VALID
CX1.2	0.761	VALID
CX1.3	0.712	VALID
CX2.1	0.773	VALID
CX2.2	0.738	VALID
CX2.3	0.740	VALID
CX3.1	0.786	VALID
CX3.2	0.703	VALID
WOM1	0.824	VALID
WOM2	0.869	VALID
WOM3	0.808	VALID
RB1	0.840	VALID
RB2	0.859	VALID
RB3	0.882	VALID

3. Pengujian *Outer Loading* Tahap 3

Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	Keterangan
SQ2.1	0.767	VALID
SQ2.2	0.766	VALID
SQ3.1	0.773	VALID
SQ3.2	0.779	VALID
SQ3.3	0.815	VALID
SQ3.4	0.747	VALID
CX1.1	0.748	VALID
CX1.2	0.762	VALID
CX1.3	0.711	VALID
CX2.1	0.774	VALID
CX2.2	0.738	VALID
CX2.3	0.741	VALID
CX3.1	0.786	VALID
CX3.2	0.705	VALID
WOM1	0.824	VALID
WOM2	0.870	VALID
WOM3	0.808	VALID
RB1	0.840	VALID
RB2	0.860	VALID
RB3	0.881	VALID

4. Nilai AVE

Indikator	Average variance extracted (AVE)
CX	0.556
RB	0.741
SQ	0.601

WOM	0.696
------------	-------

5. Nilai Cross Loading

	SQ	CX	WOM	RB
SQ2.1	0.767	0.630	0.558	0.540
SQ2.2	0.766	0.611	0.554	0.509
SQ3.1	0.773	0.582	0.493	0.539
SQ3.2	0.779	0.647	0.571	0.582
SQ3.3	0.815	0.611	0.554	0.554
SQ3.4	0.747	0.603	0.527	0.501
CX1.1	0.576	0.748	0.499	0.616
CX1.2	0.630	0.762	0.588	0.591
CX1.3	0.527	0.711	0.528	0.524
CX2.1	0.615	0.774	0.613	0.599
CX2.2	0.510	0.738	0.606	0.548
CX2.3	0.593	0.741	0.595	0.637
CX3.1	0.626	0.786	0.587	0.619
CX3.2	0.650	0.705	0.497	0.502
WOM1	0.625	0.663	0.824	0.646
WOM2	0.604	0.647	0.870	0.661
WOM3	0.518	0.581	0.808	0.556
RB1	0.586	0.719	0.615	0.840
RB2	0.594	0.648	0.691	0.860
RB3	0.612	0.639	0.624	0.881

6. Fornell Lecker

	CX	RB	SQ	WOM
CX	0.746			

RB	0.779	0.861		
SQ	0.793	0.695	0.775	
WOM	0.758	0.747	0.701	0.834

7. Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
CX	0.886	0.887
RB	0.825	0.825
SQ	0.867	0.868
WOM	0.781	0.785

8. R-Square

	R-square
CX	0.629
RB	0.623
WOM	0.601

9. F-Square

	CX	RB	SQ	WOM
CX		0.372		0.274
RB				
SQ	1.697	0.042		0.068
WOM				

10. Uji Hipotesis dan Analisis Mediasi Menggunakan *Bootsrapping*

- Nilai *Direct Effect*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
CX -> RB	0.615	0.618	0.091	6.737	0.000
CX -> WOM	0.543	0.547	0.098	5.558	0.000
SQ -> CX	0.793	0.788	0.058	13.566	0.000

SQ -> RB	0.207	0.198	0.098	2.112	0.035
SQ -> WOM	0.271	0.268	0.102	2.667	0.008

• *Nilai Indirect Effect*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
SQ -> RB	0.488	0.488	0.087	5.636	0.000
SQ -> WOM	0.431	0.433	0.094	4.579	0.000
SQ -> CX -> RB	0.488	0.488	0.087	5.636	0.000
SQ -> CX -> WOM	0.431	0.433	0.094	4.579	0.000