PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
Fitrothul Khusna
Nim. 1817201012

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Fitrothul Khusna
Nim	: 1817201012
Jenjang	: S1
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 11 Januari 2023

Saya yang menyatakan,

Fitrothul Khusna

NIM. 1817201012

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Generasi Z di Purwokerto)

Yang disusun oleh Saudara **Fitrothul Khusna NIM 1817201012** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **11 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji	Sekretaris Sidang/Penguji
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.	Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19730921 200212 1 004	NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si
NIDN. 2009039301

Purwokerto, 19 Januari 2023
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Fitrothul Khusna, NIM. 1817201012 yang berjudul:

PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 26 Desember 2022

Pembimbing

Akhris Fuadatis Sholikha, M. Si.
NIDN. 20099039301

MOTTO

اِنَّ اللهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْۗ

"*Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.*"

فَاِذَا فَرَغْتَ فَانْصَبْ

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain,

PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI TOKOPEDIA DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto)

Fitrothul Khusna
NIM. 1817201012
Email: khusnaila2030@gmail.com
Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya *gap research* yang terjadi pada penelitian Arinza (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman berbelanja tidak dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli ulang. Hal tersebut juga bertentangan dengan teori dari hasil penelitian Hariadi (2021)yang menyatakan bahwa semakin baik pengalaman berbelanja yang dialami seseorang maka akan semakin tinggi minat beli ulang seseorang. Hal ini membuktikan bahwa masih terdapat kesenjangan hasil penelitian satu dengan yang lainnya, oleh karena itu peneliti menitik beratkan penelitian ini sebagai pengembangan penelitian sebelumnya dengan menggunakan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening antara pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang di Aplikasi Tokopedia pada Generasi Z khususnya di Purwokerto.

Metode penelitian yang digunakan ialah dengan pendekatan kuantitatif. Data primer dari populasi yaitu generasi Z yang ada di Purwokerto yang pernah menggunakan aplikasi Tokopedia dengan sampel sebanyak 385 responden. Pengubahan data ordinal ke data interval dibantu dengan metode suksesif interval (MSI), yang kemudian dilanjutkan dengan teknik analisis datanya dengan metode analisis jalur (*path analysis)* dan uji sobel dengan alat bantu SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial terhadap kepercayaan konsumen. Selanjutnya pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Selain itu, hasil uji sobel menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening sedangkan kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

Kata kunci: Pengalaman Berbelanja, Kemudahan Transaksi, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli Ulang

THE EFFECT OF SHOPPING EXPERIENCE AND EASE OF TRANSACTIONS ON INTEREST TO REPURCHASE IN TOKOPEDIA APPLICATIONS WITH CONSUMER TRUST AS AN INTERVENING VARIABEL
(Case Study of Generation Z in Purwokerto)

Fitrotul Khusna
NIM. 1817201012
E-mail: khusnaila2030@gmail.com
Department of Islamic Economics
Faculty of Islamic Economics and Finance State Islamic University
Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

This research is motivated by the existence of a research gap that occurs between Arinza's research (2021) which states that the shopping experience cannot have an influence on repurchase intention. This also contradicts the theory from Hariadi's research results (2021) which states that the better a person's shopping experience, the higher a person's repurchase intention. This proves that there are still gaps in the results of one study with another, therefore the researcher focuses on this research as a development of previous research by using consumer trust as an intervening variable between shopping experience and ease of transaction towards repurchasing interest in Tokopedia application in Generation Z especially in Purwokerto.

The research method used is a quantitative approach. The primary data is from the population, namely generation Z in Purwokerto who have used the Tokopedia application with a sample of 385 respondents. The conversion of ordinal data to interval data is assisted by the successive interval method (MSI), which is then followed by data analysis techniques using the path analysis method and the Sobel test with SPSS tools.

The results of this study indicate that the shopping experience and ease of transaction have a partial effect on consumer trust. Furthermore, shopping experience and ease of transaction have a partial effect on repurchase intention and consumer trust has a significant effect on repurchase intention. In addition, the results of the Sobel test show that shopping experience has a significant effect on repurchase intention with consumer trust as the intervening variable while ease of transaction has no significant effect on repurchase intention with consumer trust as the intervening variable.

Keywords: Shopping Experience, Ease of Transaction, Consumer Trust, Repurchase Intention.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berperdoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor 158/1987 dan Nomor:0543b/U/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba’	B	Be
ت	Ta’	T	Te
ث	Sa’	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	D	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zal	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Tha	TH	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha	ZH	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	...’...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
ه	Ha	H	ha
و	Waw	W	We
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	*muta'aqqidin*
عدة	Ditulis	*'iddah*

C. Ta' marbutah

هبة	Ditulis	*Hibbah*
جزية	Ditulis	*Jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

a. Apabila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	*Karāmah al auliyā'*

b. Apabila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	*Zakātul-fiṭri*

D. Vokal pendek

ـِ	Kasrah	Ditulis	*I*
ـَ	fatḥah	Ditulis	A
ـُ	ḍammah	Ditulis	U

E. Vokal panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	Ā *Jāhiliyyah*
2	Fathah + ya' mati يسعى	Ditulis	Ā *yas'ā*
3	Kasrah + ya' mati كريم	Ditulis	Ī *Karīm*
4	Dhammah + wawu mati فروض	Ditulis	Ū *Furūd*

F. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	*Ai Bainakum*
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	*au Qaulun*

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	*a'antum*
أعدت	Ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	Ditulis	*la'in syakartum*

H. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "al"

القرأن	Ditulis	*al-Qur'ān*
القياس	Ditulis	*al-Qiyās*

b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf "al" nya.

السماء	Ditulis	*as-Samā*
الشمس	Ditulis	*asy-Syams*

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	*żawī alfurūd atau żawil furūd*
أهل السنة	Ditulis	*ahl asSunnah atau ahlussunnah*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kesempatan untuk saya mengenyam dunia pendidikan sampai saat ini. Kedua orang tua saya Bapak Kasiran dan Ibu Muslimah beserta keluarga yang senantiasa memberikan dukungan baik itu berupa material maupun immaterial. Lazismu Banyumas yang telah mensupport dan memberikan semangat baik dalam bentuk materi maupun nasihat.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Generasi Z di Purwokerto)". Tiada harapan sedikitpun dari penulis, kecuali skripsi ini dapat bermanfaat dan memberi sumbangan positif kepada segenap pembaca sekalian.

Berkenaan dengan terselesaikannya penelitian ini tentu saja tidak lepas dari doa dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku ketua jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Koordinator Prodi Ekonomi Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Akhris Fuadatis Sholikha, M.Si., Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan telatennya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap Dosen dan Karyawan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa studi penulis di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

7. Kedua orangtua saya Bapak Kasiran dan Ibu Muslimah, serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan baik moril maupun materiil agar penulis diberikan kemudahan dalam studi. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan, kesehatan, dan kebahagiaan serta membalas semua kebaikan bapak dan ibu.
8. Mas pemilik NIM 1817404007 terimakasih telah menjadi sosok rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini meluangkan tenaga, pikiran, materi maupun moril kepada saya dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga saat ini. Tetaplah tidak tunduk kepada apa-apa dan memiliki jalan pemikiran yang jarang dimiliki manusia lain.
9. Serta untuk teman penulis Alicia Tri Yuliana, Meilina Istanti, Melita Elza Alfiani, Ratna Hayu Pangastuti, Uci Reza Oktaviani, dan Sevi Rahmawati yang telah memberikan *positive vibes* dan selalu memberi semangat agar skripsi ini segera terselesaikan. Semoga kita termasuk golongan orang-orang yang sukses.
10. Segenap masyarakat kota Purwokerto yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam segi teknik penulisan maupun teori-teori yang digunakan. Semoga skripsi yang penulis selesaikan ini dapat berguna dan bermanfaat untuk semua pihak yang membaca. Semoga Allah membalas kebaikan kita semua. Aaaaamiiiin...

Purwokerto, 11 Januari 2023

Fitrothul Khusna
NIM. 1817201012

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
NOTA DINAS PEMBIMBING ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xvii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 12
D. Sistematika Pembahasan 14
BAB II LANDASAN TEORI **15**
A. Kerangka Teori 15
1. Manajemen Pemasaran 15
2. Teori Perilaku Konsumen 16
3. Pengalaman Berbelanja dan Indikatornya 23
4. Kemudahan Transaksi dan Indikatornya 25
5. Kepercayaan Konsumen dan Indikatornya 28
6. Minat Beli Ulang dan Faktor yang Mempengaruhinya 29
B. Landasan Teologis 31
C. Kajian Pustaka 33
D. Kerangka Berpikir 39

E. Hipotesis 39
BAB III METODE PENELITIAN 47
A. Jenis Penelitian 47
B. Tempat dan Waktu Penelitian 47
C. Populasi dan Sampel Penelitian 47
D. Variabel dan Indikator Penelitian 48
E. Pengumpulan Data Penelitian 50
F. Uji Instrumen Penelitian 52
G. Teknik Analisis Data 53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 58
A. Gambaran Perusahaan 58
B. Deskripsi Karakteristik Responden 60
C. Hasil Analisis Data 63
D. Pembahasan Hasil Penelitian 78
BAB V PENUTUP 92
A. Kesimpulan 92
B. Saran 93
DAFTAR PUSTAKA 94
LAMPIRAN 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan e-commerce 2022 II 2
Gambar 1.2 Daftar Top 10 Brand Paling Direkomendasikan 2022 4
Gambar 1.3 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi 2020..... 9
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen..... 20
Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang dapat Mempengaruhi Minat Beli Ulang..... 22
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian 39
Gambar 4.1 Logo Tokopedia 59
Gambar 4.2 Diagram Jalur Model I 76
Gambar 4.3 Model Diagram Jalur II 76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 35
Tabel 3.1 Indikator Penelitian 49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan 63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 64
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas 65
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Model I 66
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Model II 67
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas Model I 68
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas Model II 68
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 69
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model II 69
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Model I 70
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Model II 71
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi Model I 71
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (t) Model I 72
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model II 73
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial Model II 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian
Lampiran II Hasil Jawaban Kuesioner Responden
Lampiran III Tabulasi Hasil Kuesioner
Lampiran IV Data Penelitian yang Sudah Dirubah dengan MSI
Lampiran V Hasil Uji SPSS
Lampiran VI Bukti Penyebaran Kuesioner Penelitian
Lampiran VII Bukti Wawancara *Online*
Lampiran VII Sertifikat BTA/PPI
Lampiran IX Sertifikat Aplikom
Lampiran X Sertifikat Bahasa Arab
Lampiran XI Sertifikat Bahasa Inggris
Lampiran XII Sertifikat KKN
Lampiran XIII Sertifikat PPL
Lampiran XIV Sertifikat PBM
Lampiran XV Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran XVI Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
Lampiran XVI Biodata Peneliti

BAB I
PENDAHULUAN

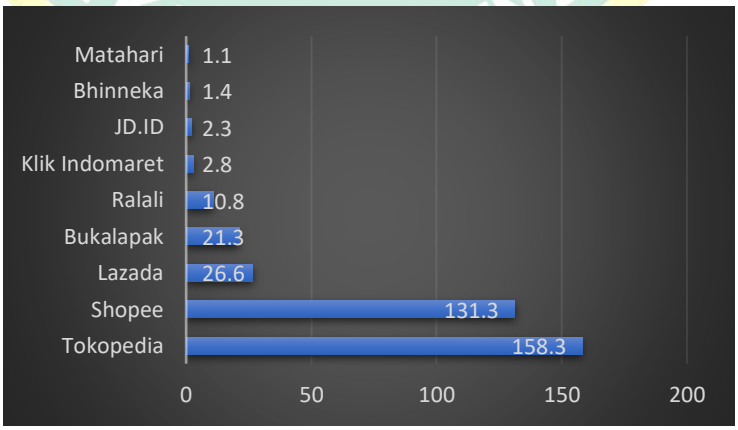
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi di era modern ini menunjukkan kemajuan yang pesat. Bukti adanya perkembangan teknologi adalah dengan adanya *e-commerce*. Menurut Malau (2017) *e-commerce* adalah satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan keberadaan *e-commerce* telah memunculkan kegiatan berbelanja secara *online*, yang ditandai dengan pertumbuhan aplikasi jual beli *online* sehingga memudahkan konsumen untuk menjual dan membeli barang secara *online* melalui *e-commerce*.

Terdapat banyak jenis *e-commerce* yang berkembang saat ini. Salah satu jenis *e-commerce* yang popular dan berkembang cukup pesat di Indonesia adalah *e-commerce* jenis *marketplace* C2C. *Marketplace* sendiri diartikan sebagai sebuah tempat berjualan secara *online* dengan cara membuat akun sebagai wadah untuk memperjual belikan barang ataupun jasa kepada konsumen. Salah satu keuntungan yang didapat dari penjualan secara *online* melalui *marketplace* adalah penjual tidak perlu membuat situs atau toko *online* pribadi. Penjual hanya perlu mengunggah foto produk pada situs akun pribadi yang telah dibuat pada *marketplace* tersebut. Kesuksesan sistem perdagangan elektronik di Indonesia bermula dari antusiasme masyarakat yang menginginkan sebuah kepraktisan dalam berbelanja. Jika dahulu jarak dan waktu menjadi penghambat hubungan antara pembeli dan penjual, dengan adanya sistem jual beli *online* ini dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan pembelian barang dan jasa karena dapat diakses dimana saja dan tanpa terbatas waktu. Dengan adanya berbagai manfaat dan fleksibilitas yang ditawarkan, kini belanja secara *online* kian digemari oleh masyarakat Indonesia.

Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi pertumbuhan *e-commerce*. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartanto menyatakan Indonesia merupakan negara yang pertumbuhan ekonomi digitalnya paling tinggi di Asia Tenggara, pada tahun 2021 nilai ekonominya mencapai USD 70 miliar dan diperkirakan mampu mencapai USD 146 miliar pada tahun 2025 (Kemenkeu, 2022). Hal ini menunjukan bahwa usaha perdagangan elektronik ini mempunyai nilai ekonomi yang bagus, sehingga peluang ini dimanfaatkan para pelaku usaha untuk melakukan digitalisasi ekonomi dengan memasarkan produknya melalui *e-commerce*. Ada beberapa *marketplace* yang berkembang di Indonesia salah satunya adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan salah satu jenis *marketplace* terpopuler di Indonesia. Tokopedia didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tahun 2009 yang membawa misi pemerataan ekonomi secara digital dengan memotivasi masyarakat Indonesia untuk berjualan secara *online*, sehingga memungkinkan setiap orang dapat menemukan apapun dan dimanapun secara *online* (Tokopedia, 2020). Berdasarkan Databooks (2019), menyatakan Tokopedia menjadi pemimpin *e-commerce* dengan jumlah kunjungan bulanan paling tinggi dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Berikut rata-rata pengunjung *e-commerce* bulanan pada periode kuartal II 2022.

Gambar 1.1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan e-commerce 2022 II



Sumber: https://databooks.katadata.co.id/

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa *Marketplace* Tokopedia berada pada urutan pertama sebagai *e-commerce* yang memiliki jumlah kunjungan terbanyak pada kuartal II 2022 yaitu mencapai 158,3 juta pengunjung. Sejak berdirinya, Tokopedia telah banyak memenangkan penghargaan. Pada tahun ini Tokopedia berhasil meraih penghargaan terbarunya di ajang Selular Award 2022, pada acara ini Tokopedia berhasil membawa 4 penghargaan sekaligus dengan kategori Most Trusted Brand, UMKM's Most Favorite *E-commerce*, Best *E-commerce* dan Excellence in Performance for Leontinus Alpha Edison. Selain itu ditahun yang sama, Tokopedia juga meraih penghargaan YCA (Youth Choice Award). YCA merupakan penghargaan yang diberikan bagi merek-merek pilihan gen Z. YCA dilakukan dengan voting *online* sejak 4 Januari hingga 28 Februari 2022 lalu. Dari hasil tersebut Tokopedia menjadi merek *e-commerce* yang paling dipilih gen Z dan mendapat predikat gold, dan masih banyak penghargaan lainnya yang telah diraih oleh Tokopedia hingga saat ini (detikInet, 2022).

Berbagai *e-commerce* telah melakukan berbagai jenis strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan *e-commerce* lain, sehingga *e-commerce* harus kreatif dan inovatif untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya, termasuk juga Tokopedia. Tokopedia selalu memberikan promo menarik berupa voucher gratis ongkir, *flash sale*, dan *cash back* pada setiap bulannya. Selain itu, Tokopedia juga memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan untuk menarik minat beli konsumen agar mau melakukan pembelian di Tokopedia lagi dengan cara memberikan pengalaman belanja yang baik.

Pengalaman berbelanja merupakan tanggapan konsumen yang berkesan ketika melakukan interaksi dengan sebuah barang atau jasa yang mengarah pada reaksi baik atau buruk (Laili, Arifin and Hufron, 2018). Pengalaman belanja ini dapat dijadikan sebagai evaluasi perusahaan dalam hal produk, bentuk pembayaran, layanan yang ditawarkan, risiko yang dapat terjadi, privasi, keamanan, personalisasi, daya tarik visual, navigasi, hiburan dan kesenangan (Mardiah and Anugrah, 2020). Pengalaman berbelanja dapat

mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang, serta dapat menimbulkan kepercayaan pada konsumen karena mereka telah merasakan pengalaman belanja yang baik, sebaliknya apabila pengalaman konsumen yang didapat tidak sesuai dengan ekspektasinya maka konsumen akan berpikir berulang kali untuk membelinya atau bahkan membatalkannya.

Selain memberikan pengalaman berbelanja yang baik Tokopedia juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Kemudahan ialah sejauh mana seorang konsumen dapat menggunakan suatu produk atau jasa dengan mudah dan bebas dari usaha (Arinza, 2021). Dalam kehidupan sehari-hari pengguna internet telah dimudahkan aktivitasnya dalam transaksi jual beli *online*. Kemudahan yang didapatkan adalah ketika konsumen ingin membeli suatu produk, konsumen hanya perlu terhubung dengan internet maka dimanapun dan kapanpun transaksi dapat dilakukan, jadi konsumen tidak perlu bersusah payah untuk keluar rumah.

Dengan adanya pengalaman berbelanja konsumen dan kemudahan transaksi yang diberikan Tokopedia kepada penggunanya (Toppers), harapanya konsumen dapat memberikan penilaian yang baik terhadap layanan Tokopedia. Dengan penilaian tersebut nantinya akan membentuk kepercayaan akan produk maupun jasa yang telah dirasakan sebelumnya. Sebagaimana yang dilansir CNBC Indonesia (2022) Tokopedia dipercaya menjadi Brand paling direkomendasikan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022.

Gambar 1.2 Daftar Top 10 Brand Paling Direkomendasikan 2022

YouGov Recommend Rankings 2022
Top 10 Ranked: Indonesia

Rank	Brand name	Score
1	Tokopedia	90.2
2	Shopee	88.6
3	Samsung	88.2
4	Apple	87.9
5	Netflix	87.3
6	Garuda Indonesia	87.0
7	BCA	86.6
8	Apple	85.6
9	Indomie	85.4
10	Allianz	84.9

Scores show average data from 1 June 2021 to 31 May 2022

YouGov

Sumber: www.cnbcindonesia.com

Berdasarkan gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa Tokopedia menempati urutan pertama sebagai brand paling direkomendasikan masyarakat Indonesia pada tahun 2022. Tokopedia meraih skor rata-rata 90,2 dari total masyarakat Indonesia yang ikut serta merekomendasikan merek. Hal ini dipengaruhi beberapa faktor penilaian konsumen pada Tokopedia, diantaranya adalah pengalaman berbelanja konsumen, citra merek, nilai merek, emosi dan kepribadian konsumen memainkan peran penting dalam menentukan apakah brand tersebut patut untuk direkomendasikan atau tidak.

Pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi akan menimbulkan kepercayaan dalam diri konsumen. Ketiga hal tersebut termasuk indikator yang digunakan dalam mengukur niat membeli kembali seorang konsumen. Dengan adanya kepercayaan konsumen diharapkan dapat melakukan pembelian kembali pada jasa/produk tertentu. Sehingga minat pembelian yang tinggi pun akan mencerminkan kepuasan yang tinggi dari konsumen setelah menggunakan produk/jasa. Minat beli ulang biasanya muncul setelah konsumen melakukan pembelian sebelumnya yang mana konsumen mendapatkan apa yang diinginkan atau bahan lebih dari ekspektasinya.

Menurut Priansa (2017) minat beli ulang merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai tanggapan terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Kesesuaian kinerja produk/jasa yang dijanjikan dengan apa yang diharapkan konsumen, nantinya akan memberikan kesan positif dan membuat konsumen memiliki niat beli ulang di masa yang akan datang. Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Minat beli merupakan dorongan konsumen untuk melakukan pembelian produk yang telah dibelinya karena berdasarkan pengalaman yang mengesankan maka ia berminat untuk membelinya lagi.

Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku konsumen, karena didalamnya terdapat pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan untuk membeli suatu produk. Sebagaimana pengertian perilaku konsumen menurut

Kotler dan Keller (2009) merupakan ilmu yang mempelajari tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan sebelum memutuskan jadi atau tidaknya konsumen melakukan pembelian. Dalam pandangan ekonomi Islam perilaku konsumen sangat berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen yaitu *maslahah*. Dalam Islam kemaslahatan terdapat tiga tingkatan yaitu *maslahah dharuriyah*, *maslahah hajiyyah* dan *maslahah tahsiniyyah* (Suharyono, 2018). Dalam ekonomi islam minat pembelian ulang masuk ke dalam maslahah hajiyyah, dikarenakan maslahah hajiyyah ini merupakan kemaslahatan yang dibutuhkan untuk menyempurnakan kemaslahatan pokok, yang berarti kemaslahatan ini mendukung tercapainya kemaslahatan pokok yang diterapkan dengan cara mempertahankan kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan dalam ekonomi islam tidak semata-mata hanya pada materi saja, namun juga pada hal yang bersifat keakhiratan juga. Sehingga dalam memenuhi kebutuhannya manusia tidak hanya mementingkan kepentingan pribadi, namun juga kepentingan masyarakat dan lingkungannya. Oleh karenanya tidak boleh berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang/jasa serta tidak mengkonsumsi barang/jasa yang dilarang oleh syariat islam (Iqbal, 2016). Sebagaimana dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31:

يَابَنِي ءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلاَتُسْرِفُوا إِنَّهُ لاَيُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: *"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*" (Al-A'raf:31)

Sebelum melakukan keputusan pembelian dalam perilaku konsumen, seorang pembeli dianjurkan untuk mencari berbagai informasi dari produk yang diinginkan. Menurut Kotler (2009) perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

Keempat faktor tersebut mempunyai penjabaran yang sangat luas seperti salah satunya adalah pengalaman berbelanja. Pengalaman berbelanja merupakan bagian dari faktor psikologis.

Berdasarkan uraian di atas, dengan adanya pengalaman berbelanja yang baik dan kemudahan penggunaan suatu situs dalam bertransaksi dapat membangun kepercayaan konsumen. Kepercayaan merupakan kumpulan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaat suatu produk (Priansa, 2017). Berdasarkan pengertian di atas kepercayaan adalah suatu kesimpulan yang dimiliki oleh seorang konsumen mengenai produk/jasa yang telah digunakan. Apabila konsumen sudah merasa percaya terhadap produk/jasa tersebut maka konsumen akan menggunakan produk/jasa itu kembali. Dengan banyaknya kemudahan dan sistem yang simpel yang didapatkan konsumen dalam berbelanja *online*, perilaku konsumen banyak yang berubah yang awalnya berbelanja secara *offline* kini beralih berbelanja *online* melalui *e-commerce*.

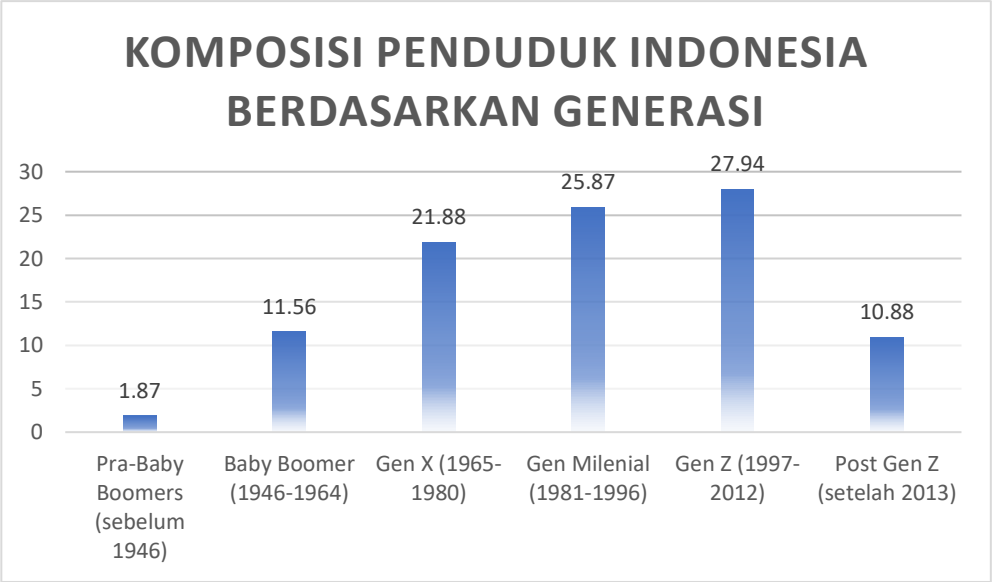
Alasan peneliti memilih pengalaman berbelanja sebagai variabel bebas pertama dikarenakan minat beli ulang dipengaruhi oleh faktor psikologis konsumen yang meliputi pengalaman belajar konsumen yang nantinya akan menentukan tindakan dalam mengambil keputusan pembelian ulang (Priansa, 2017). Pada prakteknya setiap konsumen yang ingin berbelanja akan memperhatikan pengalaman belanja pelanggan sebelumnya dengan melihat pada *customer review* untuk mengetahui apakah pengalaman yang dimiliki mereka baik atau buruk. Selain memperhatikan pengalaman pelanggan sebelumnya, konsumen belajar dari pengalamanya di masa lalu ketika membeli barang/jasa secara *online*. Jika konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang, namun sebaliknya jika konsumen tidak merasa puas maka konsumen akan beralih pada produk/jasa lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Agustina (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman berbelanja konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Alasan selanjutnya penulis memilih kemudahan transaksi sebagai variabel kedua karena pada masa sekarang ini konsumen cenderung mencari

hal yang mudah dan praktis. Kemudahan yang dimaksud disini adalah kemudahan dalam operasional bertransaksi secara *online*. Ketika calon konsumen akan melakukan pembelian pertama biasanya khawatir dengan keamanan dan cenderung akan mengalami kesulitan dan belum mengetahui cara bertransaksi *online* sehingga kebanyakan konsumen menunda niatnya untuk berbelanja *online* (Chaniago et al., 2022). Sehingga dalam *Marketplace* Tokopedia ini menyediakan kemudahan transaksi dengan menyediakan berbagai cara pembayaran transaksi *online* dan kemudahan transaksi dengan sekali klik. Sebagaimana yang dilansir dalam (Tokopedia, 2021) menyebutkan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi Tokopedia menyediakan berbagai metode pembayaran diantaranya adalah GoPay, Saldo Tokopedia, OVO, Virtual Account, transfer bank, LinkAja, BRImo, Kredivo, Indodana dan lain sebagainya. Selain itu Tokopedia juga menyediakan fitur beli langsung, yang mana fitur ini sangat memudahkan konsumen, karena konsumen dapat membeli suatu produk secara instan. Kemudahan inilah yang menarik dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang, hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan adalah tolak ukur teknologi mudah digunakan dan bebas dari usaha yang dapat mempengaruhi konsumen dalam bertransaksi *online* (Ilmiyah and Krishernawan, 2020).

Alasan peneliti memilih Kepercayaan Konsumen menjadi variabel intervening ialah dikarenakan kepercayaan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi minat beli *online*, karena dengan tidak adanya tatap muka konsumen akan merasa cemas dan takut jika nantinya terjadi suatu hal yang tidak diinginkan ketika melakukan transaksi jual beli *online*. Sehingga hanya konsumen yang memiliki kepercayaanlah yang mau melakukan transaksi (Hariadi and Sulistiono, 2021). Apalagi akhir-akhir ini banyak kasus situs jual beli *online* yang keamananya dapat *dibobol* oleh *hacker*, hal inilah yang biasanya menjadi pertimbangan lebih bagi para konsumen.

Gambar 1.3 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi 2020



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Berdasarkan hasil survei penduduk pada gambar 1.3, dapat diketahui bahwa penduduk Indonesia yang jumlahnya mencapai 270,20 juta jiwa, ternyata didominasi oleh Generasi Z atau generasi yang lahir di rentang tahun 1997-2012 dengan penduduk mencapai 75,2 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi masyarakat Indonesia. Generasi milenial atau yang lahir dari tahun 1981-1996 sebanyak 69,8 juta jiwa atau 25,87%, disusul dengan generasi X yang lahir pada tahun 1965-1980 sebanyak 59,1 juta jiwa atau 21,88%. Sisanya yaitu penduduk generasi baby boomers atau penduduk yang lahir pada tahun 1946-1964 sebanyak 31,23 juta jiwa atau 11,56%, generasi post gen atau penduduk yang lahir pada tahun 2013-2020 sebanyak 29,3 juta jiwa atau 10,88% dan generasi pre-boomer atau generasi yang lahir sebelum tahun 1945 sebanyak 5,05 juta jiwa atau 1,87%. Penggolongan generasi ini tidak hanya berdasarkan pembagian tahun kelahiran tapi juga berdasarkan ukuran tubuh, atribut, selera dan gaya hidup (Nurudin, 2022). Berdasarkan hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center, menyatakan bahwa 85% dari total nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2020 didominasi oleh generasi Z. Hal ini disebabkan karena generasi Z tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi

sehingga generasi Z tidak asing lagi dengan sistem pembelian dan pembayaran digital (Alinea.id, 2020). Generasi Z yang sudah mengikuti tren perkembangan teknologi, kini lebih suka berbelanja secara *online* daripada secara *offline*.

Tokopedia merupakan aplikasi *e-commerce* yang paling diminati oleh generasi Z, hal itu dapat dilihat bahwasanya Tokopedia telah mendapatkan penghargaan Youth Choice Award (YCA) 2022. Berdasarkan hal di atas menunjukan bahwa generasi Z mempunyai ketertarikan untuk belanja di Tokopedia. Salah satu kota yang didominasi dengan gen Z adalah kota Purwokerto, Kota Purwokerto menjadi salah satu kota yang potensial terhadap pertumbuhan *e-commerce* hal ini didukung dengan banyaknya UMKM dan toko-toko yang kini mendigitalisasikan usahanya untuk memperluas jangkauan pasarnya. Selain itu, Kota Purwokerto juga dijuluki sebagai kota pelajar yang mana di Kota Purwokerto ini mempunyai 9 Universitas di dalamnya diantaranya adalah Unsoed, UMP, IT Telkom Purwokerto, Poltekkes Semarang, UNWIKU, UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, UNU Purwokerto, Amikom Purwokerto, dan BSI Purwokerto, sehingga banyak Mahasiswa yang merupakan generasi Z memungkinkan untuk melakukan belanja *online* (Cocroachtn, 2021).

Penelitian mengenai pengaruh pengalaman berbelanja terhadap minat beli ulang telah banyak dilakukan, sebagaimana dalam penelitian Arinza (2021) yang menunjukan bahwa pengalaman berbelanja tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja konsumen tidak selalu mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Berbeda dengan penelitian (Hariadi and Sulistiono, 2021) menyatakan bahwa pengalaman berbelanja konsumen sebelumnya berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Konsumen harus terkesan dengan pembelian sebelumnya, jika tidak maka konsumen tidak akan mengkonsumsi kembali jasa atau produk tersebut.

Penelitian mengenai kemudahan transaksi juga sudah pernah dilakukan oleh (Ilmiyah and Krishernawan, 2020) yang menghasilkan pernyataan bahwa kemudahan transaksi merupakan variabel yang paling dominan dalam

mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan penelitian (Kahar, Wardi and Patrisia, 2019) menyatakan bahwa kemudahan transaksi tidak mempengaruhi minat beli ulang di Tokopedia.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, terdapat beberapa gap research yang terjadi. Dimana terdapat penelitian yang menyatakan konsumen tetap ingin menggunakan suatu produk atau jasa meskipun pengalaman berbelanja sebelumnya dan kemudahan transaksinya kurang memuaskan. Hal ini menunjukan bahwa pengalaman yang dirasakan belum tentu mempengaruhi niat beli ulang. Oleh karena itu, penting untuk menambahkan variabel kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

Berdasarkan adanya *research gap* yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pengalaman belanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening"

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto?
2. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh kepercayaan konsumen Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto?
3. Apakah pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto?
4. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto?
5. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto?
6. Apakah pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening?
7. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman berbelanja terhadap kepercayaan konsumen Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto.
   b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepercayaan konsumen Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto.
   c. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto.
   d. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman berbelanja terhadap minat beli ulang di Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto.
   e. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang di Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto.
   f. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman berbelanja terhadap minat beli ulang di Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.
   g. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang di Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.
2. Manfaat Penelitian
   a. Manfaat teoritis
      1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada konsumen dan produsen pada Tokopedia tentang faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen pada Aplikasi Tokopedia.
      2. Dapat memberikan dasar pertimbangan terkait perumusan langkah strategis untuk mematangkan dan mengoptimalkan pengembangan dan strategi pemasaran Tokopedia sehingga dapat mempertahankan konsumen.
      3. Dapat dijadikan sebagai dokumen *review* dan perbaikan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap Aplikasi

Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto, untuk mempengaruhi keputusan beli uang pada Tokopedia.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Fakultas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam kajian pengaruh pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen terhadap minat pembelian ulang.

2) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen pada minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia dan memberikan penerapan teori-teori yang didapatkan dari perkuliahan.

3) Bagi Tokopedia

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran baru serta inovasi bagi Tokopedia dalam menyusun strategi pemasaran yang bertujuan untuk mengembangkan perusahaanya.

4) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan terkait adanya pengaruh pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memahami penelitian ini dengan mudah, peneliti menggunakan sistematika penulisan. Berikut ini adalah sistematika pembahasan penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, yang selanjutnya akan disusun rumusan masalah dan dijelaskan mengenai tujuan serta manfaat dari penelitian, dan yang terakhir dijabarkan mengenai sistematika pembahasan selanjutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan dan kajian teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Tinjauan pustaka ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang sebagai landasan teori dan landasan teologis penulis dalam melakukan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara mendeskripsikan data, pengujian data, dan hipotesis penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran. Pada bagian akhir penelitian, penulis mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi penulis dalam menyusun skripsi, lampiran-lampiran yang mendukung dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dalam penggunaan sumberdaya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Sedangkan pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan antar pelanggan dan perusahaan dengan cara yang menguntungkan (Kotler, 2009). Jadi, manajemen pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pengarahan untuk mengetahui seberapa besar peluang bisnis untuk merebut pasar dan seberapa banyak ancaman yang harus dihadapi. Manajemen pemasaran ini sangat penting bagi suatu perusahaan, dengan adanya manajemen pemasaran kegiatan pemasaran dapat menjadi efektif dan efisien sehingga dapat membantu finansial perusahaan dan juga dapat menarik perhatian pelanggan. Berikut ini beberapa definisi manajemen pemasaran dari beberapa ahli:

Menurut Kotler (2009) manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Priansa (2017) adalah ilmu dan seni untuk melaksanakan fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktualisasian serta pengendalian dalam rangka menyampaikan produk dan nilai-nilai yang terkandung didalamnya dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan manajemen pemasaran merupakan ilmu dan seni perusahaan dengan

melakukan sebuah perencanaan, pengorganisasian dan pengendalian agar perusahaan dapat mempertahankan dan memuaskan keinginan pelanggan.

2. Teori Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku konsumen

Menurut Kotler(2009) perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang sangat erat kaitanya dengan proses pengambilan keputusan, dimana sebelum seorang konsumen memutuskan untuk membeli suatu barang maka konsumen akan mencari informasi mengenai produk atau jasa yang hendak dikonsumsinya. Perilaku konsumen inilah yang mendasari konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Perilaku konsumen merupakan semua tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, menghabiskan produk atau jasa. Dalam proses pencarian disini tidak hanya seputar mencari jasa atau barang yang dibutuhkan namun juga mencari informasi yang terkait dengan jasa atau barang yang dibutuhkan, baik dari segi kualitas, harga, ukuran, cara menggunakanya,dan lain sebagainya (Sudaryanto, 2017). Jadi perilaku konsumen sangat erat kaitanya dengan proses pembelian barang dan jasa.

Perilaku konsumen dapat juga didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan kegiatan pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Dengan memahami berbagai pengertian dari perilaku konsumen di atas kita akan mengetahui pentingnya dan manfaat mempelajari perilaku konsumen diantaranya adalah kemampuan untuk membantu manajer dalam mengambil keputusan, dapat membantu kita dalam mengambil keputusan pembelian yang

lebih baik dengan cara memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor psikologi, sosiologi, dan ekonomi yang mempengaruhi perilaku konsumen (Mowen and Michael, 2002).

Salah satu perilaku konsumen yang perlu dikaji adalah keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh seorang konsumen untuk memutuskan membeli suatu barang dan jasa atau tidak yang didasarkan dengan pembelajaran atau pengalaman kognitif. Sehingga seorang konsumen akan menentukan mengkonsumsi suatu produk atau tidak, terlebih dahulu harus melalui proses pembelajaran dan pengalaman, dikarenakan pengalaman merupakan bagian penting pada industri jasa, pengalaman merupakan alasan untuk melakukan pembelian (Mowen and Michael, 2002).

Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa. Keputusan konsumen ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu sebagai berikut (Sangadji and Sopiah, 2013):

1. *Need Recognition* (mengenali kebutuhan/masalah)

   Sebelum melakukan keputusan pembelian tahap pertama yang dilakukan oleh konsumen ialah mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana pada tahap ini konsumen harus sudah menyadari perbedaan antara kebutuhan dan keinginan.

2. *Pre-Purchase Search* (mencari informasi sebelum membeli)

   Setelah konsumen menyadari kebutuhannya sendiri, maka konsumen mencari informasi baik yang berasal dari pengetahuan maupun berasal dari luar. Pencarian informasi merupakan tahap proses pengambilan keputusan dimana konsumen tersebut telah tertarik pada suatu produk/jasa yang dibutuhkan. Beberapa sumber informasi konsumen adalah sebagai berikut:

   a. Sumber pribadi, sumber pribadi ini terdiri dari keluarga, teman, tetangga dan kenalan.

b. Sumber komersial, yang terdiri dari iklan, pramuniaga, penyalur dan kemasan produk itu sendiri.
c. Sumber publik, yang bisa ditemukan di media sosial dan semua hal yang bisa ditemukan di internet.
d. Sumber pengalaman, yang bersumber dari pengalaman dalam melakukan penanganan, dan pemakaian produk.

3. *Alternative Evaluation* (Evaluasi berbagai alternatif)

Setelah informasi terkait produk yang diperlukan terkumpul, pembeli mulai mencoba-coba melakukan pembelian dengan mengevaluasi produk-produk yang berkaitan dalam satu susunan pilihan. Setelah tidak ada faktor yang mengganggu maka pembelian yang aktual menjadi hasil akhir dari pencarian informasi dan evaluasi.

4. *Product Choice* (Keputusan Pembelian)

Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan dimana seorang konsumen sudah benar-benar yakin untuk membeli produk. Biasanya pembelian konsumen adalah pembelian merek yang paling disukai.

5. *Post Purchase Behavior* (perilaku pasca pembelian)

Apabila produk yang dibeli telah memberikan kepuasan sesuai dengan apa yang diharapkan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Namun sebaliknya, jika produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan konsumen akan merubah sikapnya pada produk tersebut atau bahkan menolak produk tersebut di kemudian hari (Priansa, 2017). Sehingga pada konteks ini, perusahaan harus memberikan kualitas dan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

b. Jenis-Jenis Perilaku Konsumen

Jenis-jenis perilaku konsumen setiap orang berbeda-beda. Perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional.

1. Perilaku Konsumen Rasional

Merupakan tindakan seorang konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa mengedepankan beberapa aspek konsumen secara umum. Yaitu seperti mempertimbangkan kebutuhan mendesak, kebutuhan utama, serta manfaat produk/jasa itu sendiri bagi konsumen. Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah sebagai berikut:

a. Konsumen memilih barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginanya.
b. Produk/jasa yang dipilih konsumen memiliki manfaat yang optimal.
c. Konsumen memilih barang/jasa yang kualitasnya bagus
d. Konsumen memilih barang/jasa yang sesuai dengan kemampuan dan pendapatan konsumen (Firmansyah, 2018).

2. Perilaku Konsumen Irasional

Merupakan tindakan konsumen yang mudah terpengaruh dengan strategi marketing yang menggiurkan seperti potongan harga dan diskon tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan dan kegunaan produk bagi pembeli. Ciri-ciri konsumen irasional adalah sebagai berikut:

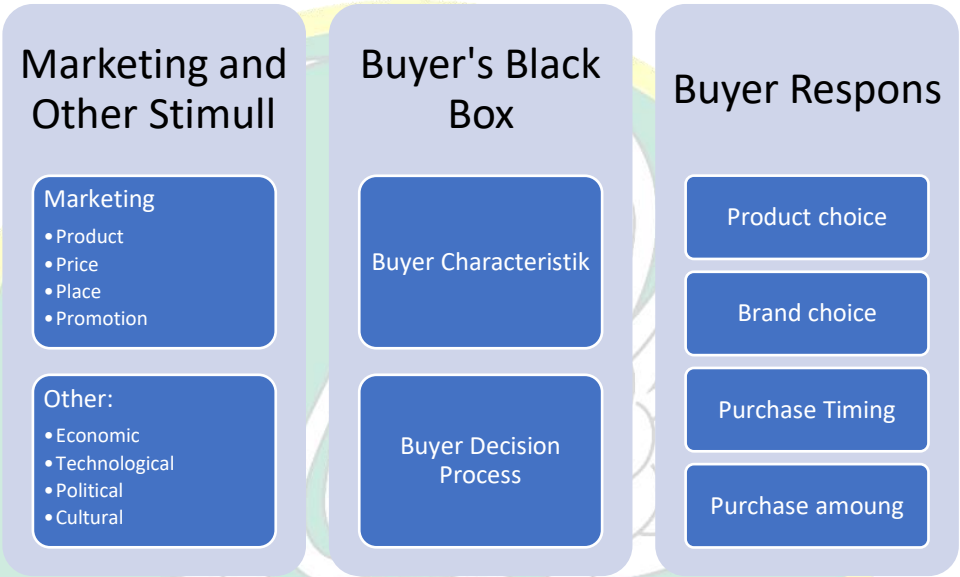
a. Konsumen sangat cepat tertarik dengan promosi di media cetak maupun media sosial.
b. Konsumen cenderung memiliki barang yang bermerek dan sesuai dengan perkembangan zaman bukan berdasarkan fungsinya.
c. Konsumen cenderung membeli suatu produk karena gengsi dan gaya hidup (Firmansyah, 2018).

c. Model Perilaku Konsumen

Model perilaku konsumen merupakan teori penyederhanaan untuk mempelajari faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Jadi, model adalah sebuah penyederhanaan gambaran dari

sebuah kenyataan. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen memang sangat kompleks, hal ini dikarenakan banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhinya dan relatif saling berhubungan. Oleh karena itu, dibutuhkan model sebagai bentuk penyederhanaan (Firmansyah, 2018).

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen



Sumber: (Sangadji and Sopiah, 2013)

Model perilaku konsumen di atas menunjukkan bahwa dalam perilaku konsumen terdapat 3 dimensi yang harus dipelajari dalam mempelajari perilaku konsumen, yaitu stimulus ganda, kotak hitam konsumen dan respons konsumen. Yang pertama yaitu rangsangan ganda yang terdiri dari rangsangan pemasaran, yang dapat dijalankan produsen atau pemasar berupa strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) dan rangsangan lain yang berupa kondisi ekonomi, politik, teknologi, dan budaya yang dirancang pemasar untuk mempengaruhi dan memotivasi konsumen agar mau melakukan pembelian. Selanjutnya rangsangan tersebut diolah konsumen untuk dikelompokkan berdasarkan karakteristik konsumen.

Dimensi kedua dari model perilaku ini adalah *black box* yang mencakup karakteristik konsumen dan keputusan pembelian konsumen. Karakteristik konsumen itu terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Beberapa karakteristik tersebut mempengaruhi pembeli untuk menerima rangsangan sebelum memutuskan melakukan pembelian. Setelah rangsangan diproses, terjadilah proses keputusan pembelian yang dari proses ini konsumen akan melakukan beberapa tahap seperti pengenalan masalah, yang dilanjutkan dengan pencarian informasi. Kemudian setelah terkumpul informasi, konsumen akan melakukan evaluasi dari berbagai macam alternatif yang telah ada, setelah melakukan evaluasi, konsumen melakukan keputusan pembelian dan yang terakhir melakukan reaksi pasca pembelian.

Bagian akhir dari model perilaku konsumen ini yaitu sekumpulan tanggapan konsumen yang muncul terhadap suatu produk seperti produk pilihan, brand pilihan, tempat pembelian produk dan jumlah produk yang akan dibeli oleh konsumen.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2009) perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dibawah ini:

1. Faktor budaya

Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen, budaya ini biasanya tercermin dalam kegiatan sehari-hari konsumen yang bisa terlihat dari cara hidup, kebiasaan, dan tradisi membuat konsumen memiliki banyak permintaan akan barang dan jasa. Keragaman kebudayaan akan membentuk perilaku konsumen yang beragam pula. Oleh karenanya pada faktor budaya ini kita harus benar-benar memahami mengenai budaya dan hal yang masih berkaitan denganya seperti subbudaya dan kelas sosial.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen juga, faktor sosial ini meliputi kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dari konsumen tersebut.

3. Faktor Pribadi

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh pribadi konsumen itu sendiri, faktor pribadi ini meliputi usia dan tahap siklus hidup konsumen, pekerjaan dan keadaan ekonomi konsumen, serta kepribadian dan konsep diri atau karakteristik masing-masing konsumen.

4. Faktor Psikologis

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis dikarenakan rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk ke dalam kesadaran konsumen dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen sehingga menghasilkan pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian. Faktor psikologis ini meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori.

Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang dapat Mempengaruhi Minat Beli Ulang

3. Pengalaman Berbelanja dan Indikatornya

a. Pengertian Jual Beli *Online*

Jual beli *online* merupakan transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa adanya pertemuan untuk melakukan negosiasi transaksi jual beli yang dapat dilakukan melalui media elektronik baik chat, telfon, sms, web dan lain sebagainya. Jual beli *online* juga dapat dikatakan sebagai jual beli non tunai, karena biasanya dalam jual beli *online* ini, ketika sudah ada kesepakatan antara kedua belah pihak, maka penjual meminta untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, kemudian setelah itu barulah barang yang dipesan dikirimkan kepada pembeli (Isnawati, 2018).

Dilansir dalam Ryusei (2021) belanja daring (*Online* Shopping) di Indonesia pertama kali ditemukan oleh Andrew Darwis pada tahun 1999 dengan mendirikan forum jual beli *online* bernama Kaskus kemudian disusul dengan Bhinneka.com., selanjutnya belanja *online* ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sehingga pada awal tahun 2010, *Online Shopping* di Indonesia mulai menunjukkan eksistensi dengan munculnya beberapa *e-commerce* seperti Tokopedia, Gojek, Bukalapak dan lain sebagainya.

b. Pengertian Pengalaman Berbelanja *Online*

Pengalaman berbelanja menurut Laili (2018) adalah peristiwa individu berupa kejadian yang berkesan ketika melakukan sebuah interaksi dengan sebuah produk atau jasa yang mengarah pada reaksi baik atau buruk. Pengalaman konsumen juga dapat diartikan sebagai respon konsumen secara subjektif yang diperoleh dari interaksi primer maupun sekunder dengan perusahaan. Interaksi primer biasanya terjadi karena keinginan konsumen itu sendiri, sedangkan interaksi sekunder terkait dengan pertemuan yang tidak terencana seperti tampilan produk, merek, iklan dan fitur lainnya yang ada pada layanan (Agustina and Julitriarsa, 2021). Pengalaman yang dialami oleh konsumen dapat berupa pengalaman yang baik ataupun buruk.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan pengalaman berbelanja adalah serangkaian interaksi pribadi antara konsumen yang berkesan dengan sebuah produk atau perusahaan yang mengarah pada reaksi baik atau buruk.

Kualitas suatu pengalaman konsumen akan sangat bergantung pada hasil pengalaman pembelian sebelumnya. Oleh karena itu, calon konsumen yang belum pernah melakukan pembelian secara *online* cenderung menghindari resiko daripada yang telah membeli produk secara *online*. Jika pengalaman pembelian *online* sebelumnya memberikan kesan yang baik, maka konsumen akan terus berbelanja pada situs *online*, dan sebaliknya jika pengalaman belanjanya buruk maka konsumen enggan untuk melakukan pembelian *online* di masa mendatang (Mardiah and Anugrah, 2020).

c. Kelebihan dan Kekurangan Berbelanja *Online* (*Internet Marketing)*

Pada masa sekarang ini belanja *online* telah menjadi tren, akan tetapi pada prakteknya belanja *online* tidak hanya memiliki kelebihan saja, namun juga memiliki kekurangan juga (Rachman *et al.*, 2018):

1. Kelebihan belanja *online*
   a. Jangkauan luas. *Internet marketing* dapat menjangkau banyak pelanggan di seluruh dunia karena pemasaran *online* tidak memiliki batasan jangkauan geografis berkat bantuan teknologi internet dan juga adanya ekspedisi pengiriman.
   b. Biaya yang dikeluarkan lebih rendah. Dalam hal biaya sebagian proses transaksi jual beli dibantu oleh perangkat lunak sehingga pembeli cukup mengklik bayar pada *gadget* tanpa perlu keluar rumah.
   c. Lebih informatif. Pada *internet marketing* konsumen telah disediakan deskripsi barang atau jasa yang ditawarkan secara rinci menggunakan foto dan *caption* menarik yang berisi penjelasan tentang kualifikasi produk.

d. Tak terbataskan oleh waktu. *Internet marketing* dapat beroperasi dan melayani pelanggan selama 24 jam sehari dengan proses pembayaran dan pengiriman yang sudah diatur secara otomatis, sehingga transaksi jual beli dapat dilakukan kapan pun dan dimanapun.

2. Kekurangan belanja *online*

a. Harga barang lebih mahal. Hal ini diakibatkan karena adanya biaya tambahan yang harus dikeluarkan konsumen untuk pembiayaan jasa ekspedisi barang dan biaya admin pembayaran jika barang yang dipesan berasal dari luar kota atau provinsi.

b. Persaingan ketat. Jumlah *internet marketing* semakin hari semakin banyak sehingga persaingannya pun semakin ketat sehingga dibutuhkan inovasi dan strategi pemasaran lainnya untuk menarik pelanggan agar mampu bertahan dan berkembang melawan perusahaan pesaing dan perkembangan teknologi terbaru.

d. Indikator Pengalaman Berbelanja

Indikator pengalaman berbelanja menurut (Laili, Arifin and Hufron, 2018) adalah:

1. Puas dengan pengalaman belanja *online* sebelumnya.
2. Senang dengan pengalaman belanja *online* sebelumnya.
3. Berbagi pengalaman di situs jual beli *online* dengan teman.

4. Kemudahan Transaksi dan Indikatornya

a. Pengertian Kemudahan Transaksi

Kemudahan berdasarkan KBBI mengandung makna sesuatu yang dapat memperlancar dan mempermudah usaha (KBBI.Lektur.ID, 2021). Kemudahan dapat diartikan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan ini meliputi mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah dioperasikan (Chaniago *et al.*, 2022). Sehingga kemudahan bertransaksi adalah

situasi dimana konsumen tidak perlu repot-repot melakukan tenaga yang banyak dalam bertransaksi. Karena sebagaimana dalam Tokopedia ini konsumen sangat dimudahkan dalam bertransaksi *online*.

Menurut Hildaria (2017) kemudahan merupakan persepsi seseorang yang tidak direpotkan dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi dalam suatu aplikasi. Persepsi transaksi *online* mengacu pada persepsi individu dan mudahnya melakukan transaksi *online* yang dilakukan. Dalam melakukan transaksi, seorang konsumen hanya melakukan sedikit usaha, tidak terlalu ribet sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian melalui internet. Persepsi kemudahan ini dapat berupa prosedur pelayanan, cara pembayaran yang variatif dan mudah dilakukan, proses pembelian yang informatif dan menyenangkan serta proses pengiriman produk yang cepat dan tepat. Kemudahan transaksi merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seorang konsumen merasa yakin bahwa suatu sistem aplikasi mudah digunakan, maka konsumen tersebut akan menggunakanya. Sebaliknya, jika seseorang konsumen merasa bahwa suatu sistem tidak mudah digunakan maka orang tersebut tidak akan menggunakanya dan mencari sistem aplikasi yang lebih mudah.

b. Indikator Kemudahan Transaksi

Kemudahan penggunaan dalam bertransaksi mengacu pada mudahnya interaksi dengan sebuah sistem, kemudahan dalam menggunakan sistem untuk melakukan suatu tindakan yang diperlukan. Berikut terdapat empat indikator kemudahan menurut (Chaniago *et al.*, 2022) adalah sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn)*

   Suatu aplikasi dikatakan mudah dipelajari ialah ketika seseorang pertama kali menggunakan suatu aplikasi, orang tersebut akan langsung mengerti dan faham tentang tata cara

penggunaan dan transaksi dalam aplikasi tersebut dalam waktu singkat. Sehingga untuk pemakaian selanjutnya tidak merasa kesulitan.

2. Mudah dioperasikan (*understandable*)

   Teknologi sangat jelas dan *Understandable* maksudnya ialah suatu aplikasi mudah dioperasikan. Suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, sehingga akan memudahkan konsumen dalam penggunaanya.

3. Teknologi mudah mendapatkan sesuatu yang dicari oleh pengguna (*easy to get the system to do what user want to do)*

   Jadi teknologi ini menyediakan fasilitas yang mudah, sesuai dengan kebutuhan penggunanya, bahkan mampu mencari informasi sesuai dengan apa yang diperintahkan. Dalam hal ini Tokopedia memberikan banyak fasilitas go-food, dan fasilitas pembayaran yang memudahkan penggunanya.

4. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan aplikasi (*doesn't require a lot of mental effort)*

   Dalam penggunaan aplikasi Tokopedia ini tidak memerlukan banyak usaha, maksudnya ketika menggunakan aplikasi Tokopedia ini pengguna tidak melakukan banyak pengorbanan. Dapat dilihat sendiri, pengguna Tokopedia hanya dengan mengklik tombol *checkout* pengguna sudah dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus keluar rumah, mengantri dan masih banyak lagi.

5. Fleksibel (*flexible*)

   Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan Tokopedia dikarenakan pengguna dapat menggunakan Tokopedia di mana saja dan kapan saja, tidak terikat oleh waktu.

5. Kepercayaan Konsumen dan Indikatornya

a. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, karena jika suatu perusahaan sudah tidak dipercayai oleh konsumennya maka perusahaan itu akan sulit untuk berkembang. Namun sebaliknya jika perusahaan tersebut dipercaya oleh konsumen, maka perusahaan tersebut akan berkembang dengan mudah di pasar. Kepercayaan inilah yang harus selalu dijalin antara perusahaan dan konsumen agar tetap memiliki hubungan baik dengan konsumen.

Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen mengenai suatu produk/jasa dengan segala informasinya. Sedangkan kepercayaan konsumen dalam konsep *business to consumer* berarti sikap individu yang mengacu kepada keyakinan konsumen atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya (Priansa, 2017).

b. Indikator Kepercayaan

Menurut Mayer dalam Priansa (2017) terdapat beberapa faktor yang membentuk kepercayaan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Kemampuan (*ability)*

Kemampuan ini mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau suatu perusahaan dalam mengontrol wilayahnya. Dalam hal ini, yaitu suatu cara sejauh mana penjual dapat menyediakan produk dan melayani konsumen dengan baik, dengan memberikan rasa aman kepada konsumen serta melindungi transaksi dari gangguan pihak lain.

2) Kebaikan Hati (*benevolence)*

Kebaikan hati merupakan kemauan pemasar dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara pemasar dan konsumen secara maksimal dengan itikad baik. Jadi, pemasar tidak hanya semata mencari keuntungan saja, tapi juga berusaha memberikan kepuasan pada konsumen.

3) Integritas (*Integrity)*

Integritas berkaitan dengan konsistensi pemasar dalam menjalankan bisnisnya. Suatu perusahaan membangun kepercayaan dengan konsumennya dengan cara memberikan informasi sesuai dengan fakta.

6. Minat Beli Ulang dan Faktor yang Mempengaruhinya

a. Pengertian Minat Beli Ulang

Minat beli ulang mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku konsumen. Minat beli ulang merupakan perilaku konsumen yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, jika pelanggan merasa tidak puas maka pelanggan tidak akan melakukan pembelian selanjutnya. Menurut Rahayu Tri Astuti (2013) minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Minat beli merupakan dorongan konsumen untuk melakukan pembelian produk yang telah dibelinya karena berdasarkan pengalaman yang bagus maka ia berminat untuk membelinya lagi.

Minat beli ulang ini muncul dikarenakan konsumen merasa kualitas produk dan juga kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang mereka inginkan, sehingga konsumen mempunyai kesan positif dan berniat untuk melakukan pembelian di waktu selanjutnya. Minat yang muncul ini akan menciptakan suatu motivasi yang terus teringat dalam benak konsumen, sehingga pada akhirnya konsumen tersebut harus mengaktualisasikan keinginanya di waktu yang akan datang. Minat pembelian dapat muncul karena terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya ialah sebagai berikut (Priansa, 2017):

1) Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi pengalaman belajar konsumen mengenai kejadian di masa lalu serta pengaruh sikap dan keyakinan individu. Pengalaman belajar dapat didefinisikan

sebagai perubahan perilaku seseorang setelah mengevaluasi pengalaman masa lalunya.

2) Faktor Pribadi

Kepribadian konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk/jasa. Oleh karena itu peran pegawai sangat penting dalam memberikan pelayanan yang baik, jadi seorang penyedia jasa layanan/produk harus berusaha menciptakan layanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

3) Faktor Sosial

Yang dimaksud faktor sosial adalah adanya kelompok sosial yang dijadikan sebagai referensi. Kelompok referensi adalah orang-orang yang bisa mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang. Kelompok referensi ini dapat berasal dari keluarga, teman, dan yang lainnya.

Minat beli ulang merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmen konsumen untuk melakukan pembelian secara kontinu.

b. Indikator Minat Beli Ulang

Menurut Priansa (2017) mendefinisikan minat beli melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1) Minat transaksional, yaitu minat seseorang untuk membeli suatu produk berdasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap sebuah perusahaan.
2) Minat referensial, yaitu minat seseorang untuk mereferensikan produk/jasa yang telah digunakan kepada orang lain dan sebaliknya.
3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seorang konsumen yang mengutamakan suatu produk di atas produk lainnya.

4) Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari dan menggali informasi positif yang berhubungan dengan produk/jasa yang diminatinya.

B. Landasan Teologis

Pemasaran dalam islam diartikan sebagai sebuah disiplin ilmu bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value),* tidak boleh ada yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah islam. Pemasaran dalam islam berawal dari pemahaman tentang etika dimana sasaran dari kegiatan pemasaran yakni untuk memperoleh kesejahteraan (*falah)* untuk semua pihak terkait. Maksudnya tujuan pemasaran dalam islam tidak hanya sebatas untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, namun juga dapat memberikan *maslahah* ataupun kebermanfaatan bagi orang lain, termasuk konsumen yang dapat diindikasikan dengan tercapainya kepuasan konsumen dan juga kepercayaan (*trust)* dari konsumen (Ramdania, 2020).

Kepercayaan konsumen bergantung pada kualitas dan keandalan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kepercayaan merupakan landasan hubungan jangka panjang kunci penentu komitmen hubungan dan membantu dalam membangun loyalitas pelanggan yang kuat, loyalitas ini merupakan pertimbangan penting untuk perusahaan jasa. Pengukuran kepercayaan konsumen dalam perspektif islam menggunakan 8 item sebagai berikut: 1) kemaslahatan umat, 2) terhindar dari unsur maisir, 3) terhindar dari unsur *gharar,* 4) terhindar dari unsur riba, 5) terhindar dari unsur bathil, 6) kredibilitas, 7) menjaga hubungan baik, 9) penerapan prinsip syariah.

Pemenuhan kebutuhan manusia dalam konsep ekonomi syariah tidak hanya sebatas pemenuhan kebutuhan yang bersifat materil namun juga non materil. Ekonomi islam menganjurkan umatnya dalam proses memenuhi kebutuhan dengan mengutamakan kesejahteraan (*maslahah*). Maslahah ialah segala bentuk keadaan yang dapat meningkatkan kedudukan manusia dengan cara menarik kemanfaatan dan menolak kemudharatan dalam hal memenuhi kebutuhan.

Dalam memenuhi kebutuhannya konsumen melarang perbuatan dzalim, begitupula berlaku dalam kegiatan bermuamalah. Sebagaimana dalam firman Allah Q.S. An-Nisa ayat 29:

يَاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا (**29**)

"*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu"*

Dalam melakukan manajemen pemasaran, pemasar hendaknya memenuhi sifat-sifat berbisnis yang dimiliki Nabi Muhammad SAW yakni sifat jujur, amanah, tabligh, dan fathonah. Islam sangat menjunjung sifat jujur yang hendaknya dimiliki oleh setiap manusia. Dalam bermuamalah, perilaku jujur hendaknya diterapkan dengan tidak melakukan penipuan baik dari segi harga, maupun kualitas produk. Menurut Nasuha (2020) jujur merupakan ketepatan informasi yang diberikan, serta bentuk substansinya. Tidak melakukan penipuan (*al-kadzab)* ialah perilaku mahmudah dalam bermuamalah, hal ini seperti perilaku Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan perdagangan bisnisnya yang tidak pernah melakukan penipuan. Sebagaimana dalam Q.S. Asy-Syu'ara (26) ayat 181-182:

أَوْفُوْالكَيْلَ وَلَا تَكُوْنُوْ مِنَ المُخْسِرِيْنَ (181) وَزَنُوْا بِالقِسْطَاسِ المُسْتَقِيْمِ(182)

"*Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar"*

Berdusta dalam bermuamalah adalah perilaku negatif dalam produktivitas serta reputasi perusahaan dapat terancam yang disebabkan adanya ketidakpuasan konsumen dan ketidakpercayaan konsumen. Oleh sebab itu, dari ayat diatas memberikan penjelasan menganai pentingnya bersikap jujur dalam pemasaran, salah satu bentuknya ialah dengan menyempurankan takaran ataupun timbangan. Dalam penelitian ini berkaitan dengan pentingnya

bersikap jujur dari segi kualitas produk agar kepercayaan konsumen dapat tercapai.

Suatu aspek yang mampu mempengaruhi kepercayaan konsumen adalah citra perusahaan yang memberikan pengalaman berbelanja yang baik. Pemasaran yang baik bertujuan untuk mencapai *falah* serta *maslahah* juga harus memperhatikan kemudahan transaksi dalam pengoperasian suatu aplikasi. Dalam pemasaran, penampilan juga memiliki peranan penting dalam menumbuhkan minat beli ulang konsumen. Menampakkan citra perusahaan yang baik juga harus dilakukan dalam pemasaran, karena nantinya akan terbentuk pengalaman yang berkesan dalam benak konsumen terhadap barang maupun jasa tersebut n. Dalam Q.S. As-Syu'ara ayat 183:

وَلَا تَبۡخَسُوۡا النَّاسَ اَشۡيَاۤءَهُمۡ وَلَا تَعۡثَوۡا فِى الۡاَرۡضِ مُفۡسِدِيۡنَ (183)

"*Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*"

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan bahwa pemasaran juga harus membentuk citra perusahaan yang baik dalam memperlakukan konsumen sesuai dengan hak yang seharusnya diterima oleh konsumen, sehingga kepercayaan konsumen akan tercapai.

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka atau yang biasa disebut dengan *literature review* adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan atau hal-hal yang telah ada untuk mendapatkan informasi/pengetahuan secara mendalam mengenai penelitian yang akan diteliti. Kajian pustaka ini biasanya berisi ringkasan tertulis yang berasal dari artikel atau jurnal (Fitrah, 2018). Kegunaan dari kajian pustaka adalah untuk membandingkan atau membedakan antara peneliti satu dengan lainnya.

Sebelum peneliti membahas lebih jauh mengenai pengaruh pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang pada aplikasi tokopedia pada generasi Z di Purwokerto dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening, peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel penelitian yang akan dilaksanakan. Setelah

mencermati beberapa penelitian, penulis memiliki titik singgung dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini, antara lain:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Astarina dkk (2018) yang meneliti tentang pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan jasa GoJek di Kota Denpasar dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Didapatkan hasil yang menyatakan bahwa pengalaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali jasa GoJek. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan secara signifikan memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali jasa GoJek.

Selanjutnya penelitian kedua, Laora dkk (2021) yang meneliti tentang pengaruh *perceived ease of use dan perceived usefulness* terhadap *repurchase intention* yang dimediasi oleh *customer trust*. Menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang sedangkan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang serta kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat beli ulang, dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Selanjutnya penelitian ke tiga yang dilakukan oleh Munawaroh dkk (2021) tentang Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada *Online* Travel Agency (Ota) Traveloka.com. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa 1) variabel persepsi keamanan, harga dan kualitas informasi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com, sedangkan variabel kemudahan bertransaksi tidak memiliki pengaruh secara langsung, 2) variabel kemudahan bertransaksi dan kualitas informasi berpengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com,

sedangkan variabel persepsi keamanan dan harga tidak memiliki pengaruh secara langsung, 3) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com, dan terakhir 4) variabel kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan antara variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, harga dan kualitas informasi terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com.

Selanjutnya penelitian ke empat oleh Ridwan (2019) yang meneliti tentang pengaruh pengalaman merek terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepercayaan pelanggan pada produk sepeda motor Suzuki di Kota Banda Aceh. Hasil dari pernyataan ini adalah pengalaman merek berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan, pengalaman merek berpengaruh terhadap niat pembelian ulang, kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang, dan pengalaman merek berpengaruh terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepercayaan pelanggan.

Selanjutnya penelitian ke lima oleh Amelia dan Maridjo (2020) tentang pengaruh *vanity seeking, purchase experience, dan celebrity endorser,* pada minat beli ulang dengan sikap terhadap *laneige* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menghasilkan bahwa *vanity seeking* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang dengan sikap *laneige* sebagai variabel mediasi dan pengalaman pembelian memiliki pengaruh positif parsial terhadap minat beli ulang dengan mediasi sikap *laneige*. Serta *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan *laniage* sebagai variabel mediasi.

Setelah mencermati beberapa penelitian di atas, penulis memiliki titik singgung dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini, antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Astarina, dkk (2018) "pengaruh pengalaman terhadap niat	Penelitian ini menyatakan bahwa pengalaman memiliki pengaruh positif	Penelitian ini menggunakan pengalaman sebagai	-

	menggunakan jasa GoJek di Kota Denpasar dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.”	dan signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali jasa GoJek. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan secara signifikan memediasi pengaruh pengalaman terhadap niat menggunakan kembali jasa GoJek.	variabel independen, dan menggunakan niat menggunakan kembali sebagai variabel dependen serta menggunakan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.	
2.	Laora dkk (2021) “pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* terhadap *repurchase intention* yang dimediasi oleh *customer trust*”	Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli ulang sedangkan persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang serta kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat beli ulang, dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.	Penelitian ini menggunakan kemudahan sebagai variabel independen dan menggunakan minat beli ulang sebagai variabel dependen serta menggunakan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.	Penelitian ini menggunakan pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebagai variabel independen.
3.	Munawaroh dkk (2021) “Pengaruh Persepsi Keamanan,	bahwa 1) variabel persepsi keamanan, harga dan kualitas informasi	Penelitian ini menggunakan kemudahan transaksi	Penelitian ini menggunakan persepsi

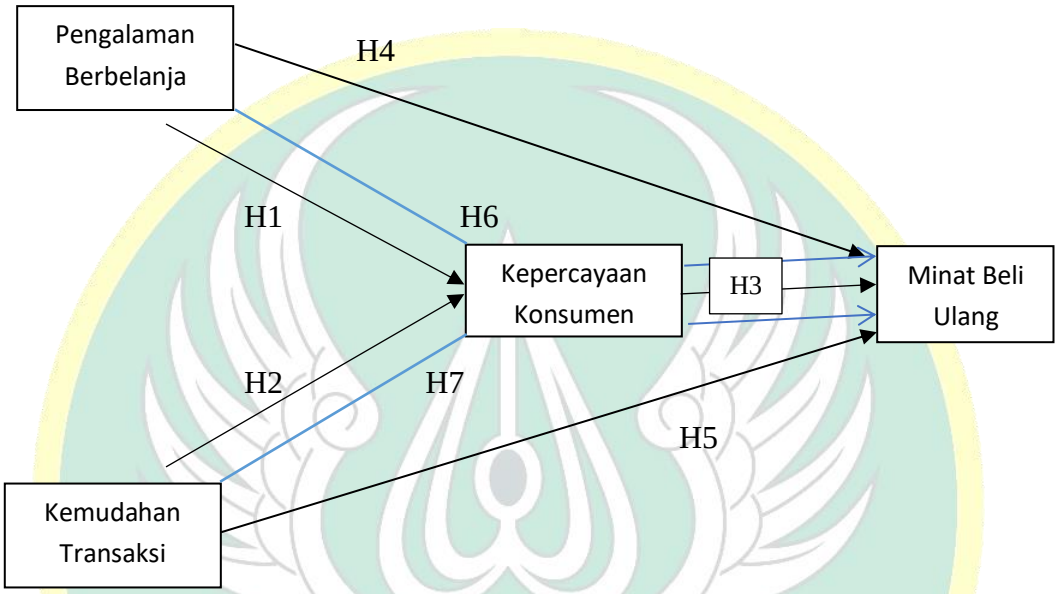
	Kemudahan Bertransaksi, Harga, dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada *Online* Travel Agency (Ota) Traveloka.com."	berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com, sedangkan variabel kemudahan bertransaksi tidak memiliki pengaruh secara langsung, 2) variabel kemudahan bertransaksi dan kualitas informasi berpengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com, sedangkan variabel persepsi keamanan dan harga tidak memiliki pengaruh secara langsung, 3) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat beli ulang pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com, dan terakhir 4) variabel kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi hubungan antara variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, harga dan kualitas informasi terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan pada *Online* Travel Agency (OTA) Traveloka.Com.	sebagai variabel independen dan menggunakan minat beli ulang sebagai variabel dependen.	keamanan, harga dan kualitas informasi sebagai variabel independen serta menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

4.	(Ridwan and Halimatussakdiyah, 2019) *"P*engaruh pengalaman merek terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepercayaan pelanggan pada produk sepeda motor Suzuki di Kota Banda Aceh"	Hasil dari pernyataan ini adalah pengalaman merek berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan, pengalaman merek berpengaruh terhadap niat pembelian ulang, kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap niat pembelian ulang, pengalaman merek berpengaruh terhadap niat pembelian ulang melalui mediasi kepercayaan pelanggan.	Penelitian ini menggunakan niat pembelian ulang sebagai variabel dependen serta menggunakan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.	Penelitian ini menggunakan pengalaman merek sebagai variabel independen serta penelitian ini dilakukan pada motor Suzuki Kota Banda Aceh
5.	(Amelia and Maridjo, 2020) "Pengaruh *vanity seeking*, *purchase experience*, dan *celebrity endorser*, pada minat beli ulang dengan sikap terhadap *laneige* sebagai variabel mediasi."	Penelitian ini menghasilkan bahwa *vanity seeking* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang dengan sikap *laneige* sebagai variabel mediasi dan pengalaman pembelian memiliki pengaruh positif parsial terhadap niat beli ulang dengan mediasi sikap *laneige.* Serta *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang dengan *laniage* sebagai variabel mediasi.	Penelitian ini menggunakan pengalaman berbelanja sebagai variabel independen, dan minat beli ulang sebagai variabel dependen	Penelitian ini menggunakan variabel *vanity seeking*, dan *celebrity endorser* sebagai variabel independen serta menggunakan sikap *laneige* sebagai variabel intervening.

D. Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian hipotesis yang telah dijelaskan di atas maka pengaruh pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di aplikasi Tokopedia pada Generasi Z Kota Purwokerto, maka model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.3 **Kerangka Berpikir Penelitian**



E. Hipotesis

1. Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Kepercayaan Konsumen

Pengalaman berbelanja menurut Laili (2018) adalah peristiwa individu berupa kejadian yang berkesan ketika melakukan sebuah interaksi dengan sebuah produk atau jasa yang mengarah pada reaksi baik atau buruk. Pengalaman berbelanja adalah apa yang dirasakan konsumen terhadap suatu produk, pengalaman yang baik akan menjadi keunggulan suatu produk atau layanan dan begitu pula sebaliknya pengalaman yang buruk akan memperburuk produk atau layanan.

Pengalaman berbelanja konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku konsumen, karena pengalaman yang dimiliki oleh seorang konsumen akan menjadi hal yang dipelajari dan diingat oleh konsumen. Pengalaman yang baik akan menyebabkan perilaku berulang,

sedangkan pengalaman yang buruk akan menyebabkan perilaku penghindaran. Pengalaman berbelanja akan memberikan konsumen gambaran tentang suatu produk yang sudah dibeli, sehingga saat akan membeli suatu produk yang sama, konsumen sudah memiliki informasi dan referensi tentang produk tersebut (Amelia and Maridjo, 2020). Pengalaman belanja yang baik dari konsumen nantinya akan mendorong konsumen lebih percaya dan membeli produk/menggunakan jasa tersebut kembali. Sebagaimana penelitian Saraswathi (2021) yang menyatakan bahwa variabel pengalaman berbelanja berpengaruh positif terhadap variabel kepercayaan konsumen, hal ini didukung juga dengan penelitian Astarina (2018) yang menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh positif terhadap kepercayaan, yang mana hal ini memiliki arti bahwa pengalaman berbelanja yang baik akan berpengaruh pada semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_1= Pengalaman Berbelanja Berpengaruh Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Aplikasi Tokopedia

2. **Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepercayaan Konsumen**

Dalam melakukan belanja *online*, kepercayaan konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting, dikarenakan rasa percaya dapat mengurangi ketidakpastian dan ketidakjelasan ketika pemilik toko, kualitas produk dan kinerja suatu aplikasi tidak diketahui. Hal ini sering dijumpai dalam berbelanja *online*. Meskipun berbelanja *online* lebih memiliki banyak resiko, namun juga memiliki kelebihan yang dapat memberikan efisiensi waktu dan biaya. Oleh karena itu, dalam membangun kepercayaan konsumen suatu situs jual beli harus dirancang sedemikian rupa sebagai strategi pemasaran dan nilai positif sebagai kemudahan transaksi bagi konsumen.

Kemudahan transaksi merupakan persepsi seseorang yang tidak ingin direpotkan dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi dalam suatu aplikasi. Kemudahan transaksi ini juga dapat mempengaruhi

minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa. Kemudahan transaksi menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan belanja *online*. Faktor kemudahan ini berkaitan dengan operasional belanja secara *online*, meskipun belanja *online* memiliki banyak manfaatnya, ternyata kerumitan dalam menggunakan suatu aplikasi juga dapat menjadikan konsumen bingung dalam mengoperasikannya. Kemudahan transaksi ini berhubungan dengan mudah atau tidaknya suatu situs jika digunakan oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian (prosedur pembayaran menggunakan credit card, transfer via bank, maupun cost on delivery (COD) (Hildaria, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa kemudahan tranasaksi dalam penggunaan suatu aplikasi saat seseorang membuka situs tertentu dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap toko *online* tersebut, hal ini dikarenakan kemudahan transaksi merupakan salah satu faktor yang dapat membangun kepercayaan konsumen. Sebagaimana penelitian Mustafa (2021), yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_2 = Kemudahan bertransaksi berpengaruh Signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

3. Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang pada aplikasi Tokopedia

Pengalaman berbelanja konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan seorang konsumen melakukan pembelian ulang. Menurut Made (2021) pengalaman berbelanja konsumen *(customer experience)* merupakan suatu tanggapan pelanggan yang mendapatkan rangsangan atau pengetahuan dari interaksi dengan berbagai produk atau layanan.

Konsumen dengan niat berbelanja ulang biasanya telah memiliki pengalaman berbelanja sebelumnya yang membantu mengurangi rasa kekahwatiranya tentang produk yang akan dipesan. Maka konsumen hanya

akan membeli produk secara *online* setelah memiliki pengalaman berbelanja sebelumnya baik pengalamannya sendiri maupun referensi dari orang lain. Karena dengan adanya pengalaman berbelanja ini, konsumen akan mengetahui sedikit banyak informasi tentang produk yang akan dibeli.

Apabila pengalaman yang diperoleh konsumen memberikan rasa puas maka akan meningkatkan minat beli mereka dan akan melakukan pembelian kembali di masa depan. Namun sebaliknya jika pengalaman yang didapatkan buruk maka konsumen enggan melakukan pembelian ulang (Amelia and Maridjo, 2020). Sebagaimana penelitian yang dilakukan Rangga (2021) menyatakan bahwa pengalaman berbelanja konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Maka ditetapkan hipotesis pertama pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Pengalaman Berbelanja berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Tokopedia pada generasi Z di Kota Purwokerto

4. Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Minat Beli Ulang pada aplikasi Tokopedia

Kemudahan transaksi merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan belanja *online*. Kemudahan bertransaksi ini berkaitan dengan operasional suatu situs belanja *online*. Seorang konsumen akan merasa mudah dalam menggunakan suatu aplikasi jika mudah digunakan untuk mencari informasi, membeli produk, dan melakukan transaksi, maka konsumen akan menganggap belanja *online* lebih efektif daripada belanja *offline*. Sebaliknya jika pengguna merasa kesulitan maka pembeli akan berpotensi memilih belanja secara *offline* (Made *et al.*, 2021). Jadi, kemudahan transaksi dapat mendorong konsumen untuk melakukan suatu pembelian pada situs *online*.

Kemudahan dalam bertransaksi sangat penting bagi proses jual beli. Jika situs atau *marketplace* mudah untuk digunakan bertransaksi maka konsumen akan tertarik melangsungkan pembelian pada *marketplace* tersebut. Sebagaimana dalam penelitian Ilmiyah (2020)

mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan dalam bertransaksi merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli., sehingga kemudahan dalam menggunakan situs jual beli *online* sangat berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk bertransaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ilmiyah (2020), menyatakan bahwa kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, juga didukung dengan penelitian Hildaria (2017) yang menyatakan semakin tinggi kemudahan transaksi maka akan semakin tinggi pula minat beli ulangnya. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dikemukakan hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_4 **: Kemudahan Transaksi berpengaruh Signifikan terhadap Minat Beli Ulang di Tokopedia pada generasi Z di Kota Purwokerto.**

5. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pada aplikasi Tokopedia

Menurut Priansa (2017) kepercayaan konsumen adalah kumpulan pengetahuan yang telah didapat/diketahui konsumen mengenai atribut objek dan manfaat suatu produk. Kepercayaan ini merupakan faktor yang sangat penting bagi calon pembeli, karena seorang pembeli nantinya akan berbagi informasi pribadi dan rahasia dengan situs jual beli *online*. Oleh karena itu Tokopedia harus menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara menyediakan informasi yang jelas dan mengedepankan kejujuran dalam proses transaksinya.

Kepercayaan konsumen ini sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang dalam berbelanja *online*, karena tidak adanya tatap muka dan transaksi yang dilakukan tanpa bertemu langsung membuat konsumen ragu dalam melakukan belanja *online*. Oleh karena itu, Tokopedia sebagai situs jual beli *online* harus mengedepankan kejujuran pemilik akun *online shop* dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat dengan Tokopedia baik dalam hal reputasi *online shop* sebagai penjual yang kredibel ataupun tampilan promosi yang profesional. Jika sudah terbukti

berkompeten dan terpercaya maka akan berpengaruh terhadap minat beli ulang secara *online* (Hariadi and Sulistiono, 2021).

Dalam penelitian Khafidatul (2020) menyatakan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, penelitian ini didukung pula dengan penelitian Astarina (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan atau membeli kembali. Berdasarkan teori dan penelitian di atas maka dapat dikemukakan hipotesis kelima adalah berikut ini:

H_5 : Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia di Kota Purwokerto

6. Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen

Pengalaman berbelanja merupakan salah satu faktor yang dapat membentuk kesan yang diperoleh konsumen terhadap suatu barang atau jasa tertentu. Yang berarti pengalaman berbelanja terhadap suatu produk nantinya akan memberikan kesan terhadap suatu produk yang mana hasil dari kesan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Artinya kepercayaan konsumen ini bergantung dari kesan pengalaman berbelanja seseorang yang dapat berupa reaksi baik atau buruk (Laili, Arifin and Hufron, 2018).

Untuk memperoleh rasa percaya, seorang konsumen harus terlebih dahulu merasakan pengalaman dari penggunaan sebuah jasa atau produk. Pengalaman penggunaan jasa atau produk akan membentuk penilaian konsumen mengenai jasa atau produk tersebut baik itu penilaian akan kualitas layanan, kemudahan akses dan sebagainya. Penilaian inilah yang akan membentuk kepercayaan akan produk atau jasa yang telah dirasakan sebelumnya. Kepercayaan dan pengalaman merupakan sebagian indikator yang digunakan dalam mengukur niat membeli kembali konsumen. Dengan adanya kepercayaan dan pengalaman yang baik dalam penggunaan jasa atau produk maka konsumen diharapkan mau melakukan

pembelian kembali di masa yang akan datang (Astarina, Giantari and Yasa, 2018).

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Saraswathi (2021) menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Didalamnya juga menjelaskan pengalaman berbelanja yang baik dapat meningkatkan minat untuk menggunakan kembali. Berdasarkan teori dan penelitian di atas maka dapat dikemukakan hipotesis keenam adalah berikut ini:

H6 = Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening.

7. Pengaruh kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang yang dimediasi dengan kepercayaan konsumen

Kemudahan bertransaksi ini juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang. Kemudahan transaksi ini dalam benak konsumen dapat memberikan nilai yang menjadi perspektif penentu bagaimana seorang konsumen berperilaku. Sehingga dalam hal ini suatu aplikasi atau situs harus bersifat memudahkan konsumen dalam bertransaksi, bukan malah menyulitkan. Hal ini berarti bahwa semakin tingginya persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan konsumen, maka akan semakin tinggi juga tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu situs (Faradila and Soesanto, 2016).

Menurut Munawaroh (2021) faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang adalah faktor kemudahan transaksi. Konsumen akan melakukan pembelian kembali apabila produk atau situs yang digunakan relatif mudah dioperasikan dan mudah digunakan untuk mencari suatu produk yang diinginkan. Kemudahan ini dapat dirasakan ketika konsumen melakukan transaksi pembelian secara *online*, maka pembeli hanya cukup tersambung dengan internet maka pembelian *online* dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Namun, dibalik kemudahan yang disediakan

situs jual beli dalam bertransaksi terdapat kekhawatiran konsumen dalam melakukan belanja *online*, karena antara konsumen dan penjual tidak bertatap muka secara langsung. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis ketujuh sebagai berikut:

H7 = Kemudahan transaksi berpengaruh Signifikan terhadap minat beli ulang yang dimediasi dengan kepercayaan konsumen

UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini identik dengan penelitian yang bertujuan mencari hubungan sebab akibat melalui data yang telah dikumpulkan melalui pengumpulan data, dan analisis data dengan tujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Purwokerto. Waktu penelitian ini dilakukan sejak bulan Agustus 2022 dan rencana akan selesai pada bulan November 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang nantinya akan ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z pengguna Tokopedia yang berdomisili di Purwokerto.

Sampel merupakan bagian dari kuantitas dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi yang dapat mewakili populasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*. Menurut (2019) *nonprobability sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi. Jenis teknik sampling pada penelitian ini yaitu *sampling incidental*, ialah teknik pengambilan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika sesuai dengan ketentuan (Sugiyono, 2019).

Karena jumlah generasi Z di kota Purwokerto yang pernah melakukan transaksi di Tokopedia tidak diketahui secara pasti, maka dalam

menentukan banyaknya sampel penelitian ini menggunakan rumus Chocran (Sugiyono, 2019).

Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2.p.q}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Tingkat ketelitian 5%

Berdasarkan rumus di atas, maka $n = \frac{(1{,}96^{2}).0{,}5.0.5}{(0{,}05)^2}$

= 385 responden

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dari penelitian ini sebanyak 385 responden generasi Z di Kota Purwokerto dengan batas kesalahan 5%.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi terkait hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

a. Variabel I*ndependen* (Variabel Bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel *dependen*. Selanjutya variabel ini akan menyebabkan perubahan pada variabel *dependen*. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Pengalaman Berbelanja(X1) dan Kemudahan Transaksi (X2).

b. Variabel *Dependen* (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah Minat Beli Ulang (Y).

c. Variabel *Intervening*

Sugiono (2019) mengemukakan variabel *intervening* adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel yang terletak diantara variabel *independen* dan variabel *dependen*, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel interveningnya adalah Kepercayaan Konsumen (Z).

2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian adalah bagian dari variabel yang dapat diukur. Indikator penelitian ini berupa pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Pengalaman Berbelanja Konsumen	a. Puas dengan pengalaman belanja *online* sebelumnya b. Senang dengan pengalaman belanja *online* sebelumnya c. Berbagi pengalaman di situs jual beli *online* dengan teman (Laili, Arifin and Hufron, 2018)	*Likert*
Kemudahan Transaksi	a. Mudah dipelajari (*easy to learn)* b. Jelas dan dimengerti (*clear and understandable)* c. Dapat dikendalikan (*controllable)* d. Mudah menjadi terampil (*easy to become skillful)* e. Fleksibel (*flexible)* (Chaniago *et al.*, 2022)	*Likert*

Kepercayaan Konsumen	a. Kemampuan (*ability)* b. Kebaikan Hati (*benevolence)* c. Integritas (*integrity)* (Priansa, 2017)	*Likert*
Minat Beli Ulang	a. Minat Transaksional b. Minat Referensial c. Minat Preferensial d. Minat Eksploratf (Priansa, 2017)	*Likert*

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Sumber Data
   1. Sumber Primer

      Sumber primer merupakan sumber data yang diambil langsung dari objek penelitian lapangan melalui metode wawancara, dan kuesioner. Data primer dari penelitian ini diambil langsung dari generasi Z yang ada di Kota Purwokerto dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form.*
   2. Sumber Sekunder

      Sumber sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber melainkan melalui perantara yang sudah menyediakan data. Data sekunder pada penelitian ini yaitu jurnal ilmiah, internet, buku dan catatan lainnya.
2. Teknik Pengumpulan Data
   a) Kuesioner

      Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pengetahuannya (Sugiyono,2019). Metode ini digunakan untuk memperoleh data minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia generasi Z di Kota Purwokerto.

Pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang disebarkan menggunakan *google form* yang dilakukan secara *online* dan terdapat banyak pilihan jawaban dengan menggunakan tingkat kesetujuan. Pada penelitian ini, skala yang digunakan untuk mengukur data responden adalah skala *likert.* Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengetahui tanggapan seseorang terhadap objek sosial yang mana jawaban dari setiap instrumen mempunyai gradasi nilai dari yang sangat positif sampai dengan yang negatif (Suliyanto, 2011). Kuesioner ini akan disebarkan kepada Generasi Z yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Tokopedia di Purwokerto.

Penggunaan skala *likert* ini mempermudah peneliti untuk menghitung hasil dari setiap jawaban yang diberikan responden dengan nilai sebagai berikut:

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

b) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden. Wawancara ini dapat dilakukan melalui tatap muka ataupun dengan media telepon. Pada penelitian kali ini wawancara dilakukan secara tidak terstruktur yang mana peneliti bebas mempertanyakan sesuatu tanpa menggunakan pedoman wawancara yang sistematis, hanya menggunakan garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada sebagian responden yang merupakan pengguna Tokopedia di

Purwokerto melalui aplikasi *Whatsapp* untuk memperkuat hasil jawaban responden melalui kuesioner.

F. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji keabsahan data yang digunakan untuk mengukur ketepatan data pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan peneliti (Sugiyono, 2012). Alat ukur dalam penelitian ini adalah kuesioner, sehingga untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan itu valid atau tidak harus uji validitas terlebih dahulu. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur atau menggambarkan variabel yang akan diteliti secara akurat. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan uji korelasi Pearson menggunakan SPSS.

Kriteria pengujiannya ialah dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur yang digunakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian, apakah instrumen tersebut konsisten jika dilakukan pengukuran berulang (Sugiyono, 2012).

Kriteria pengujiannya ialah dengan membandingkan nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha)* dengan r_{tabel} sebagai berikut:

1. Apabila koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha)* $\geq$ 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel atau terpercaya.
2. Apabila koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha)* $\leq$ 0,6 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel atau tidak terpercaya.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan beberapa macam pengujian yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi sederhana yang digunakan. Pengujian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas yang mana data akan dianalisis menggunakan program IBM SPSS Statistik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah data penelitian yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan analisis grafik dengan menggunakan histogram, jika *Histogram Standardized Regression Residual* membentuk kurva seperti gunung maka nilai residual dianggap normal. Namun, pengujian normalitas dengan analisis grafik dapat memberikan hasil yang subjektif. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan uji statistik *Non-parametrik Kolmogorof-Smirnov*. Data yang diuji adalah data residual yang dinyatakan berdistribusi normal dengan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig.(2-tailed) > 0,05 maka residual terstandarisasi menyebar secara normal.
2. Jika nilai Sig.(2-tailed) < 0,05 maka residual terstandarisasi tidak menyebar secara normal (Suliyanto, 2011).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki korelasi yang tinggi diantara variabel bebas atau tidak (Sugiyono, 2013). Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ialah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai

Tolerance. Menurut Suliyanto (2011) jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari nilai residual satu pengamatan dengan pengamatan lain. Jika *variance* dari nilai residual satu pengamatan dengan pengamatan lain bersifat tetap, maka dapat disebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Juliandi *et al.*, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji glejser. Uji heteroskedastisitas dengan metode glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas dengan nilai residualnya. Dasar pengambilan keputusan uji glejser adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi > dari nilai alfa maka model regresi tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi < dari nilai alfa maka model regresi terjadi gejala Heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak (Suliyanto, 2011). Untuk menguji bentuk hubungan antar variabel dapat menggunakan metode analisis grafik dan metode statistik. Pada penelitian kali ini akan menggunakan metode *linearity test* (Widana and Muliani, 2020).

Dasar kesimpulanya yaitu:

1. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka terdapat hubungan yang *linear* antara kedua variabel
2. Namun jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang *linear* antara kedua variabel

2. Metode Suksesif Interval (MSI)

Transformasi MSI adalah sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval (Sarwono and Budiono, 2012). Analisis jalur

merupakan perluasan dari regresi linear berganda. Uji ini mensyaratkan variabel yang akan dianalisis dengan teknik analisis regresi berganda harus berskala sekurang-kurangnya interval (Suliyanto, 2011).

Apabila data yang berskala ordinal tetap digunakan dalam analisis ini, maka akan diperoleh interpretasi yang keliru dari model. Untuk mengatasi masalah tersebut terdapat dua solusi yang dapat dilakukan, pertama dengan tetap menggunakan data ordinal dan mengganti teknik analisis datanya. Ke-dua mengganti atau mentransformasikan data dari nominal menjadi interval agar analisis dapat digunakan (Ningsih and Dukalang, 2019). Dalam penelitian ini cara yang digunakan adalah cara yang ke-dua yaitu mengganti atau mentransformasikan data dari nominal menjadi interval agar analisis dapat digunakan.

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Berganda

Regresi adalah metode statistik untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat, sedangkan untuk lebih dari satu variabel bebas disebut regresi berganda (Suliyanto, 2011). Secara statistik uji regresi berganda dapat diukur dengan melihat koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t.

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikansi parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Menurut Suliyanto (2011) dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini ialah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

b. Jika nilai signifikansi > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Suliyanto (2011), koefisien determinasi merupakan alat yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi kemampuan variabel *independen* dalam menggambarkan variasi perubahan variabel *dependen*nya. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai satu (1). Jika koefisien determinasi kecil maka kemampuan variabel independen dalam menggambarkan variasi variabel sangat terbatas, sebaliknya jika hasilnya besar maka kemampuan variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen tidak terbatas.

c) Analisis Jalur (Path Analisis)

Suliyanto (2011) menjelaskan analisis jalur merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan metode *product of coefficient*. Metode ini dilakukan dengan menghitung nilai standar error (S_{ab}), dengan rumus sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Keterangan:

a = nilai a pada hasil regresi variabel independen ke variabel intervening

b = nilai b pada hasil regresi variabel intervening ke variabel dependen

S_a = *standard error* dari hasil regresi variabel independen ke variabel intervening

S_b = *standard error* dari hasil regresi variabel intervening ke variabel dependen

Sedangkan untuk menentukan nilai t koefisien ab adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Dengan dasar pengambilan kesimpulan sebagai berikut:

1. Jika nilai t_{hitung} > dari t_{tabel} pada alfa 0,05 maka variabel tersebut dapat memediasi.
2. Jika nilai t_{hitung} < dari t_{tabel} pada alfa 0,05 maka variabel tidak dapat memediasi.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Sejarah Umum Perusahaan

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan lokal yang bergerak dibidang jual beli digital. Tokopedia ini bermula pada keinginan William Tanuwijaya mendirikan perusahaan *digital*, sehingga pada 6 Februari 2009 Wiliam bersama rekannya Leontinus Alpha Edison membuat situs web perdagangan elektronik yang diberi nama Tokopedia, akhirnya pada 17 Agustus 2009 Tokopedia resmi diluncurkan (Ranti, 2022). Ide Tokopedia ini berawal dari keprihatinan mereka terhadap kesulitan negara Indonesia dalam mengembangkan infrastruktur secara merata. Tokopedia dengan membawa misi pemerataan ekonomi secara digital berusaha menyediakan *platform* yang memungkinkan setiap orang dapat berjualan dan menemukan apapun. Jadi, tokopedia dengan transaksi jual beli digital memungkinkan bagi siapa saja untuk membeli berbagai jenis produk secara *online* serta dapat membuka peluang besar bagi siapa saja yang ingin membuka toko *online* di Tokopedia.

Tokopedia telah bertumbuh secara signifikan sehingga kini menjadi perusahaan *unicorn* yang memiliki pengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Pada tahun 2014 Tokopedia berhasil menjadi perusahaan Indonesia yang pertama kali mendapatkan pendanaan dari *Softbank* dan *Sequoia Capital.* Selanjutnya pada tahun 2015 Tokopedia mempelopori *instan delivery* bekerjasama dengan perusahaan transportasi *online.* Setelah itu, pada tahun 2016 Tokopedia menjalin kerjasama dengan perusahaan *digital fintech* dan meluncurkan produk *digita*l dan *fintech.* Fitur ini merupakan layanan keuangan seperti dompet digital, kredit modal terbatas, investasi terjangkau, serta layanan keuangan lainnya dengan harapan dapat memudahkan penggunanya dalam melakukan pembayaran *online.* Berlanjut pada

tahun 2017 Tokopedia meluncurkan produk *Deals* yang dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan penawaran terbaik dalam 8 kategori diantaranya transportasi dan kegiatan serta membantu para pelaku bisnis *offline* untuk melebarkan sayap secara *online* melalui Tokopedia.

Pada tahun 2019 Tokopedia meluncurkan layanan Gudang Pintar yang diberi nama Toko Cabang yang terletak di Jakarta, Bandung dan Surabaya bertujuan untuk membantu para penjual di *marketplace* dapat memenuhi pesanan. Pada tahun yang sama Tokopedia meluncurkan Tokopedia Salam dan Tokopedia Play hingga pada tahun 2020 Tokopedia meluncurkan Tokopedia Jasa. Hingga pada 17 Mei 2021 Gojek dan Tokopedia resmi merger dibawah payung grup yang diberi nama GoTo (Tokopedia, 2020).

2. Visi dan Misi Tokopedia
   a. Visi Tokopedia adalah membangun *Super Ecosystem* dimana semua orang dapat memulai dan menemukan segala sesuatu.
   b. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka Tokopedia memiliki misi pemerataan ekonomi Indonesia secara digital.
3. Logo dan Maskot Tokopedia

Gambar 4.1 Logo Tokopedia

Sumber: https://www.tokopedia.com/about/news/#fact-sheet

Sebagaimana logo Tokopedia di atas didominasi oleh warna hijau. Warna hijau ini melambangkan kerendahan hati dan ketenangan, disini Tokopedia memposisikan dirinya agar tidak egois dan selalu melihat dari sudut pandang pengguna. Selain itu dalam

logo Tokopedia juga menggambarkan gabungan antara burung hantu dan kantong belanja. Hal ini dilatarbelakangi oleh kecerdasan dan kebijaksanaan burung hantu, serta burung hantu juga memiliki kemampuan untuk melihat ke semua arah. Sehingga alasan dijadikanya burung hantu sebagai maskot Tokopedia ialah karena Tokopedia ingin menjadi *marketplace* yang selalu berusaha untuk melihat dari berbagai sudut pandang baik pembeli maupun penjual, serta dapat melihat dan menangani masalah dengan bijak dengan segala aspek yang terlibat. Sedangkan kantong belanja sendiri memiliki arti agar Tokopedia dapat menjadi *one stop solution shopping* bagi para penggunanya (Tokopedia, 2015).

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 385 responden, dimana diambil dari populasi Generasi Z yang berada di Purwokerto dan tidak diketahui jumlahnya. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik sampling insidental yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan artinya semua orang yang bertemu dengan peneliti digunakan sebagai sampel jika sesuai dengan ketentuan (Sugiyono, 2019). Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

   Responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Z yang berada di Purwokerto dan pernah melakukan transaksi di Tokopedia berjumlah 385 responden. Berdasarkan hasil dari 385 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin tersebut, antara lain:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	256	66,5%
2	Laki-Laki	129	33,5%
Total		385	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 256 responden atau 66,5% dan sisanya 129 responden atau 33,5% dari responden laki-laki. Maka dapat disimpulkan responden Generasi Z yang ada di Purwokerto yang pernah melakukan transaksi di Tokopedia di dominasi Generasi Z yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 256 responden atau 66,5%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Z yang berada di Purwokerto dan pernah melakukan transaksi di Tokopedia berjumlah 385 responden. Berdasarkan hasil dari 385 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, antara lain:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-20 Tahun	110	28,57%
2	21-23 Tahun	256	66,52%
3	24-25 Tahun	19	4.9%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel menunjukkan mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat responden yang berusia 18-20 tahun berjumlah 114 orang atau 28,5%, usia 21-23 tahun berjumlah 266 orang atau 66,5%, 24-25 tahun berjumlah 23 orang atau 5,8% dan responden dengan usia >25 tahun berjumlah 2 orang atau 0,3%. Maka dapat disimpulkan

responden dalam penelitian ini lebih banyak yang berusia 21-23 tahun dengan jumlah 266 orang atau 66,5%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Z yang berada di Purwokerto dan pernah melakukan transaksi di Tokopedia berjumlah 385 responden. Berdasarkan hasil dari 385 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan tersebut, antara lain:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	2	0.5 %
2	Mahasiswa	339	88,05%
3	Pegawai Swasta	35	9,05%
4	Wirausaha	7	1,8%
5	*Freelance*	2	0.5%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaanya yakni pelajar berjumlah 2 orang, mahasiswa dengan jumlah 339 orang, pegawai swasta dengan jumlah 35 orang, wirausaha sejumlah 7 orang dan *freelance* dengan jumlah 2 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dengan jumlah 339 orang yang mana termasuk dalam kategori gen Z.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Perbulan

Responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Z yang berada di Purwokerto dan pernah melakukan transaksi di Tokopedia berjumlah 385 responden. Berdasarkan hasil dari 385 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden berdasarkan penghasilan atau uang saku perbulan tersebut, antara lain:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

No.	Penghasilan/Uang Saku Perbulan	Jumlah	Persentase
1	< Rp. 500.000	242	62.85%
2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	119	30.9%
3	> Rp. 2.000.000	24	6.25%
Jumlah		385	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pendapatan atau uang saku responden yang kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 242 responden, lalu dengan penghasilan atau uang saku Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000 sebanyak 119 orang dan terakhir responden dengan penghasilan atau uang saku lebih dari Rp. 2.000.000 sejumlah 24 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh orang yang berpenghasilan dibawah Rp. 500.000.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji keabsahan data yang mana kriteria keabsahan data dalam penelitian kuantitatif adalah valid, *reliabel*, dan obyektif. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur ketepatan data pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan peneliti (Sugiyono, 2012). Alat ukur dalam uji ini ialah dengan kuesioner, sehingga untuk mengetahui apakah kuesioner (alat ukur) yang digunakan itu valid atau tidak valid di uji dulu dengan uji validitas. Kuesioner dikatakan layak (valid) apabila mampu mengukur atau menggambarkan variabel yang akan diteliti secara akurat.

Kriteria pengujiannya ialah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} sebagai berikut:

1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang menyatakan bahwa alat ukur yang digunakan valid.

2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ yang menyatakan bahwa alat ukur yang digunakan tidak valid.

Nilai r_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05. Adapun penentuan nilai r_{tabel} sebagai berikut:

r_{tabel} = n-2

= 32-2

= 30

= 0,361

Lebih jelasnya, uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS 26 for windows dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Pengalaman Berbelanja (X1)	1	0,889	0,361	Valid
	2	0,729	0,361	Valid
	3	0,756	0,361	Valid
Kemudahan Transaksi (X2)	1	0,789	0,361	Valid
	2	0,718	0,361	Valid
	3	0,770	0,361	Valid
	4	0,642	0,361	Valid
	5	0,718	0,361	Valid
	6	0,723	0,361	Valid
	7	0,717	0,361	Valid
	8	0,781	0,361	Valid
	9	0,738	0,361	Valid
Minat Beli Ulang (Y)	1	0,780	0,361	Valid
	2	0,822	0,361	Valid
	3	0,827	0,361	Valid
	4	0,745	0,361	Valid
	1	0,943	0,361	Valid

Kepercayaan Konsumen (Z)	2	0,880	0,361	Valid
	3	0,916	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel}, artinya data pada variabel pengalaman berbelanja (X1), kemudahan transaksi (X2), minat beli ulang (Y), dan Kepercayaan Konsumen (Z) dinyatakan valid. Maka kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diikutsertakan dalam analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian, apakah instrumen tersebut konsisten jika dilakukan pengukuran berulang (Sugiyono, 2012).

Kriteria pengujiannya ialah dengan membandingkan nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha)* dengan r tabel sebagai berikut:

2) Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha)* $\geq$ 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel atau terpercaya.
3) Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha)* $\leq$ 0,6 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel atau tidak terpercaya.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach Alpha	Keterangan
Pengalaman Berbelanja (X1)	0,823	Reliabel
Kemudahan Transaksi (X2)	0,775	Reliabel
Minat Beli Ulang (Y)	0,811	Reliabel
Kepercayaan Konsumen (Z)	0,866	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua item dalam pengalaman berbelanja (X1), kemudahan transaksi (X2), minat beli ulang (Y), dan kepercayaan konsumen (Z) dinyatakan reliabel, karena berdasarkan keterangan masing-masing variabel *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga semua atribut penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini berfungsi untuk mengetahui apakah data penelitian yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2011).

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Model I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		385
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99739243
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.027
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Model II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		385
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99608609
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.043
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa besarnya nilai signifikansi Asymp sig. (2-tailed) sebesar 0,063 pada model I dan sebesar 0,055 pada model II. Hal ini menunjukkan bahwa model ini memiliki nilai Kolmogorov-Smirnov yang lebih besar dari tingkat signifikansi (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Asumsi atau persyaratan normalitas dalam model sudah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang terbentuk memiliki korelasi yang tinggi diantara variabel bebas atau tidak (Sugiyono, 2013). Cara yang digunakan untuk mengetahuinya ialah dengan melihat faktor *inflation* varian (*Variance Inflation Factor*/VIF) dan *Tolerance (*TOL). Menurut Suliyanto (2011) jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas Model I

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	3.011	.543		5.548	.000		
	Pengalaman Berbelanja	.267	.049	.262	5.424	.000	.663	1.509
	Kemudahan Transaksi	.173	.019	.450	9.309	.000	.663	1.509

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas Model II

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	1.363	.601		2.268	.024		
	Pengalaman Berbelanja	.328	.054	.256	6.029	.000	.615	1.625
	Kemudahan Transaksi	.151	.022	.313	6.905	.000	.540	1.851
	Kepercayaan Konsumen	.413	.055	.328	7.579	.000	.592	1.690

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat pada gambar Model I pada variabel pengalaman berbelanja, dan kemudahan transaksi, masing-masing memiliki nilai tolerance sebesar 0,663 > (0,05) dan nilai VIF sebesar 1,509 < (10). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu iklan dan kelompok acuan, tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Selanjutnya pada model II, pada variabel pengalaman berbelanja memiliki nilai tolerance 0,615 > (0,05) dan nilai VIF 1,625 < (10), pada variabel kemudahan transaksi memiliki nilai tolerance 0,540 > (0,05) dan nilai VIF 1,851 < (10), dan pada variabel kepercayaan konsumen memiliki nilai tolerance 0,592 > (0,05) dan nilai VIF 1,690 < (10), hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi gejala multikoliniearitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua model telah memenuhi uji multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari

nilai residual satu pengamatan dengan pengamatan lain. Jika *variance* (variasi) dari nilai residual satu pengamatan dengan pengamatan lain bersifat tetap, maka dapat disebut tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Juliandi *et al.*, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji glejser. Uji heteroskedastisitas dengan metode glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas dengan nilai residualnya. Dasar pengambilan keputusan uji glejser adalah sebagai berikut:

2) Jika nilai probabilitas signifikansi > dari nilai alfa maka model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
3) Jika nilai probabilitas signifikansi < dari nilai alfa maka model regresi terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.018	.322		3.164	.002
	Pengalaman Berbelanja	-.018	.029	-.039	-.624	.533
	Kemudahan Transaksi	.018	.011	.104	1.657	.098

a. Dependent Variable: ABRESID2

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model II

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.224	.366		3.341	.001
	Pengalaman Berbelanja	-.019	.033	-.037	-.560	.575
	Kemudahan Transaksi	.018	.013	.096	1.381	.168
	Kepercayaan Konsumen	-.012	.033	-.024	-.358	.721

a. Dependent Variable: ABRESID

Berdasarkan hasil Uji Glejser tersebut, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi semua variabel yang ada pada model I dan model II berada di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas

pada kedua model tersebut dan dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan telah memenuhi uji Heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Hasil dari uji linearitas ini adalah informasi apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik (Suliyanto, 2011). Untuk menguji bentuk hubungan antar variabel dapat menggunakan metode analisis grafik dan metode statistik. Pada penelitian kali ini akan menggunakan metode Lagrange Multiplier (LM-Test)

Dasar kesimpulanya yaitu:

1) Jika nilai X^2 hitung < X^2 tabel maka model dinyatakan linear
2) Namun Jika nilai X^2 hitung > X^2 tabel maka model dinyatakan tidak linear

Model I

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Model I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.002[a]	.000	-.005	1.89808827

a. Predictors: (Constant), X2Sqr, X1Sqr

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) pada output di atas sebesar 0.000 sehingga nilai X^2 sebesar 0.000x385 = 0 sedangkan nilai X^2 tabel dengan df (0.05,385) adalah 431.751. Jadi, karena nilai X^2 hitung (0.000) < nilai X^2 tabel (431.751) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang benar pada Model I adalah linear.

Model II

Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Model II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.023[a]	.001	-.007	1.90006790

a. Predictors: (Constant), ZSqr, X1Sqr, X2Sqr

Berdasarkan hasil uji linearitas pada model II diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) pada output di atas sebesar 0.001 sehingga nilai X^2 sebesar 0.001x385 = 0.385 sedangkan nilai X^2 tabel dengan df (0.05,385) adalah 431.751. Jadi, karena nilai X^2 hitung (0.385) < nilai X^2 tabel (431.751) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang benar pada Model II adalah linear.

3. Uji Hipotesis

a. Hasil Analisis Regresi Berganda

1) Hasil Analisis Regresi Berganda Model I

a) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi Model I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639[a]	.408	.405	1.78371

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Pengalaman Berbelanja

Berdasarkan tabel summary, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan Adjust R Square adalah 0,405 atau sebesar 40,5%. Artinya bahwa variabel kepercayaan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi dengan tingkat Adjust R Square sebesar 40,5% sedangkan

sisanya yaitu 59,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b) Uji t

Uji signifikansi parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Suliyanto (2011) dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini ialah sebagai berikut:

1) Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2) Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Untuk menentukan nilai t tabel digunakan persamaan:

t tabel = n-k

α = nilai probabilitas (5%) taraf sig.2 sisi

n = jumah sample (385)

k = jumlah variabel yang digunakan (3)

Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (t) Model I

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.011	.543		5.548	.000
	Pengalaman Berbelanja	.267	.049	.262	5.424	.000
	Kemudahan Transaksi	.173	.019	.450	9.309	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

Hasil uji SPSS pada analisis regresi model I memberikan standardized beta pengalaman berbelanja terhadap kepercayaan konsumen sebesar 0,262, dengan nilai t hitung sebesar 5,424 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,966. Dengan signifikansi

0,000 yang artinya pengalaman berbelanja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hal tersebut berarti bahwa:

H1: Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, diterima.

Selanjutnya dapat pula kita lihat bersama pada variabel kemudahan transaksi memberikan nilai standardized beta sebesar 0,450, nilai t hitung sebesar 9,309 > t tabel 1,966 dengan signifikansi 0,000 yang artinya kemudahan transaksi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hal tersebut berarti bahwa:

H2: Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, diterima.

2) Hasil Analisis Regresi Berganda Model II

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759[a]	.577	.573	1.90058

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Kemudahan Transaksi

Berdasarkan model summary, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan Adjusted R Square adalah 0,573 atau sebesar 57,3%. Artinya bahwa variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen sebesar 57,3% sedangkan sisanya yaitu sebesar 42,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji t

Uji signifikansi parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Suliyanto (2011) dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini ialah sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Untuk menentukan nilai t tabel digunakan persamaan:

t tabel = n-k

α = nilai probabilitas (5%) taraf sig.2 sisi

n = jumah sample (385)

k = jumlah variabel yang digunakan (4)

Tabel

Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial Model II

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.363	.601		2.268	.024
	Pengalaman Berbelanja	.328	.054	.256	6.029	.000
	Kemudahan Transaksi	.151	.022	.313	6.905	.000
	Kepercayaan Konsumen	.413	.055	.328	7.579	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil uji SPSS pada analisis regresi model II memberikan nilai standardized beta sebesar 0,256, nilai t 6,029 > dari t tabel 1,966 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang artinya pengalaman berbelanja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, hal tersebut berarti bahwa:

H3: Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, diterima.

Selanjutnya dapat dilihat pula pada variabel kemudahan transaksi memiliki nilai standardized sebesar 0,313, dengan nilai t hitung sebesar 6,905 > t tabel 1,966, serta memiliki signifikansi 0,000 yang berarti kemudahan transaksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli uang. Hal ini berarti bahwa:

H4: Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, diterima.

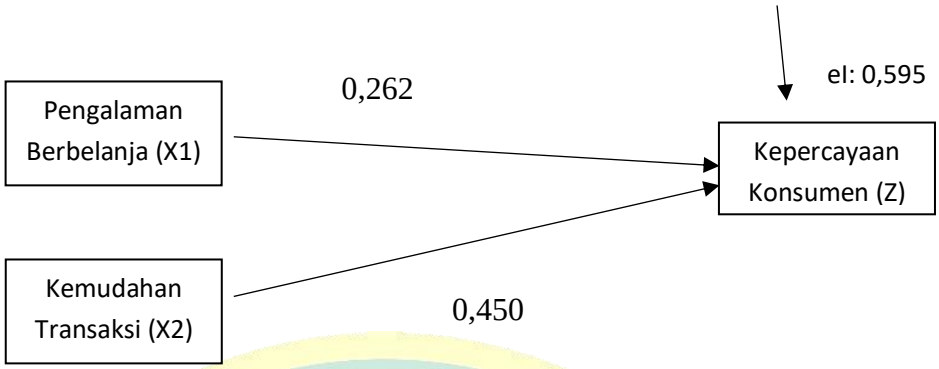
Selanjutnya dapat juga dilihat bahwa variabel kepercayaan konsumen memiliki nilai standardized beta sebesar 3,28, t hitung 7,579 > t tabel 1,966, serta memiliki signifikan sebesar 0,000 yang berarti kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini berarti bahwa:

H5: Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, diterima.

b. Hasil Analisis Jalur

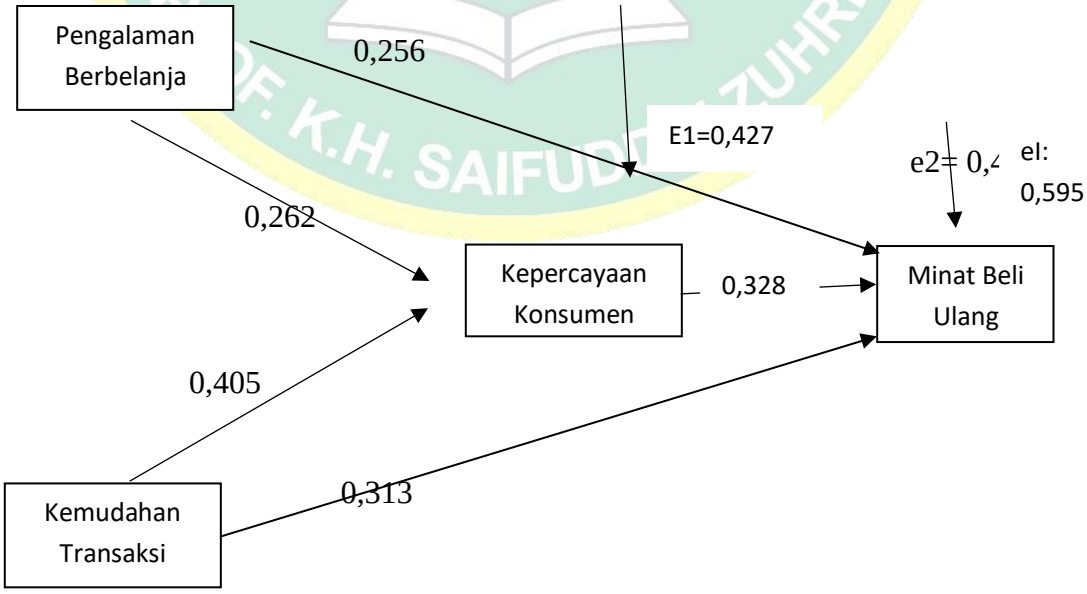
Mengacu pada hasil analisis jalur model I diketahui bahwa besarnya nilai Adjust R Square pada tabel model summary adalah sebesar 0,405, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi terhadap kepercayaan konsumen sebesar 40,5% sementara sisanya 59,5% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya untuk mendapatkan nilai el dapat dicari dengan menggunakan rumus el= $\sqrt{(1-0{,}405)}$ = 0,595. Dengan demikian diagram jalur model I sebagai berikut:

Gambar 4.2 Diagram Jalur Model I



Hasil analisis jalur model II diketahui bahwa besarnya nilai Adjust R Square pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,573, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang sebesar 57,3% sementara sisanya 42,7% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya, untuk mendapatkan nilai e2 dapat dicari menggunakan rumus e2 = $\sqrt{(1 - 0{,}573)} = 0{,}427$. Dengan demikian diagram jalur model II sebagai berikut:

Gambar 4.3 Model Diagram Jalur II



1. Hasil diagram jalur di atas menunjukkan bahwa Pengalaman berbelanja (X1) dapat berpengaruh langsung ke minat beli ulang (Y) dan dapat pula berpengaruh tidak langsung yaitu dari pengalaman berbelanja (X1) ke kepercayaan konsumen (Z) lalu ke minat beli ulang (Y). Besarnya pengaruh langsung ialah 0,256 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan koefisien tidak langsung yaitu (0,262) x (0,328) = 0,085 dan pengaruh total yang diperoleh yaitu: 0,256 + 0,083 = 0,341
2. Hasil diagram jalur di atas menunjukkan bahwa kemudahan transaksi (X2) dapat berpengaruh langsung ke minat beli ulang (Y) dan dapat pula berpengaruh tidak langsung yaitu dari kemudahan transaksi (X2) ke kepercayaan konsumen (Z) lalu ke minat beli ulang (Y). Besarnya pengaruh langsung ialah 0,313, sedangkan pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan koefisien tidak langsung yaitu: (0.405) x (0,328) = 0,1328 dan pengaruh total yang diperoleh yaitu: 0,313 + 0,132 = 0,445.

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur uji sobel (sobel test). Uji sobel ini dilakukan dengan rumus:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Sedangkan untuk menentukan nilai t koefisien ab adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Dalam sobel test, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka dapat dikatakan suatu variabel mampu memediasi hubungan antar variabel.

a. Variabel Pengalaman berbelanja

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

$$= \sqrt{(0{,}328)^2.(0{,}049)^2 + (0{,}262)^2.(0{,}055)^2 + (0{,}049)^2(0{,}055)^2}$$

$$= \sqrt{(0{,}107)(0{,}0024) + (0{,}0686)(0{,}0030) + (0{,}0024)(0{,}0030)}$$

$$= \sqrt{0{,}000256 + 0{,}0002 + 0{,}0000072} = \sqrt{0{,}0004632} = 0{,}0215$$

$$t = \frac{ab}{Sab} = \frac{(0{,}262)(0{,}328)}{0{,}0215} = \frac{0{,}085936}{0{,}0215} = 3{,}997$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 3,997 yang berarti lebih besar dari t tabel (1, 649) dengan tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen (Z) dapat memediasi pengalaman berbelanja (X1) terhadap minat beli ulang (Y).

H6 = Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Diterima.

b. Variabel Kemudahan transaksi

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

$$= \sqrt{(0{,}328^2.0{,}019^2 + 0{,}450^2.0{,}055^2 + 0{,}019^2 0{,}055^2}$$

$$= \sqrt{(0{,}107)(0{,}00036) + (0{,}2025)(0{,}00302) + (0{,}00036)(0{,}00302)}$$

$$= \sqrt{0{,}0000385 + 0{,}000611 + 0{,}00000108} = \sqrt{0{,}006505}$$

$$= 0{,}0806$$

$$t = \frac{ab}{Sab} = \frac{(0{,}450)(0{,}328)}{0{,}0803} = \frac{0{,}1476}{0{,}0803} = 1{,}838$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 1,838 yang berarti lebih kecil dari t tabel (1, 966) dengan tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen (Z) tidak dapat memediasi kemudahan transaksi (X2) terhadap minat beli ulang (Y).

H7 = kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Ditolak.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, selanjutnya akan dilakukan pembahasan atas hasil analisis tersebut sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas bagaimana pengaruh yang terjadi antar variabel dalam penelitian. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah pengalaman berbelanja sebagai variabel independen, kemudahan transaksi

sebagai variabel *independen*, kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening, dan minat beli ulang sebagai variabel *dependen*.

1. **Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepercayaan Konsumen**

   Berdasarkan hasil output Coefficients jalur model I menyatakan bahwa pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap minat kepercayaan konsumen dalam menggunakan Tokopedia. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen (Z). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,425 > 1,966) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Laili (2018) yang menyatakan bahwa pengalaman adalah peristiwa individu berupa kejadian yang berkesan ketika melakukan sebuah interaksi dengan sebuah produk atau jasa yang mengarah pada reaksi baik atau buruk. Pengalaman berbelanja yang baik akan mempengaruhi konsumen untuk terus menggunakan jasa atau produk.

   Sebagaimana melihat jawaban responden saudara Ali Iqbal yang merupakan pengguna Tokopedia dari kalangan Mahasiswa menyatakan:

   > *"Tokopedia itu tempat berbelanja online yg baik, website atau aplikasi penyedia layanan belanja onlinenya mempunyai user interface yg rapih dan user experience-nya mudah dipahami terutama bagi user baru, kemudian transaksinya aman, banyak diskon/gratis ongkir atau cashback, dan yang terpenting tidak banyak fake seller yang meminta bertransaksi di luar penyedia layanan belanja online, jadi saya nyaman pake Tokopedia"*

   Dari hasil jawaban kuesioner di atas, variabel pengalaman berbelanja akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan kembali apabila mereka merasa cocok, puas dan berdampak positif dengan sistem aplikasinya. Yang artinya semakin baik pengalaman berbelanja yang dirasakan konsumen pada saat menggunakan Tokopedia maka akan meninggalkan *review* positif pada sistem tersebut sehingga dapat mempengaruhi seseorang yang belum pernah menggunakanya. Artinya

secara langsung pengalaman berbelanja yang dirasakan oleh konsumen dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen. Semakin banyak Generasi Z yang memiliki pengalaman positif dalam membeli produk secara *online*, maka akan semakin tinggi minat untuk membeli kembali (Saraswathi and Wardana, 2021). Hal ini sesuai dengan jawaban responden saudara Ali Iqbal yang merupakan pengguna Tokopedia dari kalangan Mahasiswa mengatakan bahwa:

> *"Pengalaman berbelanja dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap suatu situs belanja online salah satunya adalah Tokopedia, karena dengan adanya pengalaman berbelanja sebelumnya baik dari pengalaman sendiri maupun orang lain dapat memberikan informasi-informasi tentang seberapa bagus dan terpercayanya situs belanja online tersebut".*

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ridwan (2019) dan Saraswathi (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Jadi, pengalaman berbelanja yang dialami pengguna Tokopedia sesuai dengan perilaku konsumen dalam pemakaian suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh faktor internal yaitu pembelajaran. Perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh belajar disini dalam hal terus menggunakan Tokopedia jika merasakan kepuasan dan tidak akan menggunakan Tokopedia lagi ketika sudah tidak merasakan suatu kepuasan.

Perilaku konsumen pada variabel pengalaman berbelanja ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2009) bahwa perilaku konsumen merupakan ilmu yang mempelajari tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Pada proses pencarian produk inilah seseorang akan mencari tahu tentang informasi produk melalui pengalaman orang terdekatnya maupun dirinya sendiri.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen menggunakan Tokopedia. Hal ini disebabkan *review* positif dari para pengguna Tokopedia terutama dari orang-orang sekitar seperti keluarga dan teman, sehingga konsumen mempercayai Tokopedia untuk digunakan dalam bertransaksi *online.*

2. **Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Kepercayaan Konsumen**

Berdasarkan output Coefficients jalur model I, diperoleh nilai standardized beta 0,450 bernilai positif, t_{hitung} sebesar 9,309 > t_{tabel} (1,966) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, yang artinya bahwa kemudahan transaksi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen (Z). Artinya secara langsung kemudahan transaksi yang dirasakan oleh konsumen dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan generasi Z di Purwokerto dalam berbelanja *online* menggunakan Tokopedia dapat dipengaruhi oleh kemudahan transaksi.

Generasi Z merupakan generasi yang bertumbuh bersama perkembangan teknologi, sehingga generasi ini sangat suka terhadap hal yang mudah dan praktis. Artinya dalam hal ini, semakin mudah layanan suatu teknologi maka semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi itu kembali. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara saudara Ali Iqbal yang merupakan pengguna Tokopedia dari kalangan Mahasiswa menyatakan bahwa:

> *"Tokopedia itu mudah digunakan, apalagi fitur-fitur pembayaran yang ada di Tokopedia sangat membantu saya dalam melakukan transaksi. Jadi, sangat membantu lah bagi kaum mageran, soalnya dengan sekali klik kita udah tinggal nunggu pesenan kita dateng. Apalagi transaksi yang ada di Tokopedia biasanya ditangguhkan dulu di pihak ke 3, jadi nggak perlu khawatir adanya penipuan".*

Didukung juga dengan pernyataan saudara Thabrani seorang Pegawai Swasta pengguna Tokopedia menyatakan bahwa:

> *"Kemudahan transaksi ini sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen, karena kalo kita nyaman dengan User Interface (UI) nya,*

terus mudah penggunaanya mesti bakalan betah di e-commerce pilihan terutama Tokopedia yang aku pake, ditambah kalo ada promo-promo menarik mesti bakal lebih percaya dan pake Tokped terus deh"

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam berbelanja *online* apabila mereka mengetahui kemudahan apa saja yang tersedia pada Tokopedia. Yang artinya apabila fitur layanan pada Tokopedia lengkap, mudah dipahami dan inovatif maka pengguna aplikasi akan merasa praktis dan membutuhkannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mustafa, 2021), penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan penelitian yang dilakukan oleh Faradila (2016), menunjukkan adanya pengaruh positif variabel kemudahan transaksi terhadap kepercayaan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan kemudahan seseorang dalam menggunakan aplikasi Tokopedia maka semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakan Tokopedia.

Penjelasan di atas sesuai dengan teori kemudahan transaksi yang dikemukakan oleh Chaniago (2022) yang menyatakan bahwa indikator kemudahan transaksi terdiri dari mudah dipelajari, mudah dioperasikan, teknologi mudah untuk mendapatkan informasi yang dicari, tidak membutuhkan usaha untuk berinteraksi dengan aplikasi dan fleksibel. Jadi, kepercayaan seseorang terhadap suatu sistem akan mempengaruhi perilakunya, kemudian mengarahkan pada niat untuk membeli atau menggunakan kembali.

Penggunaan Tokopedia yang didasarkan pada fitur layanan Tokopedia yang mudah sesuai dengan perilaku konsumen dalam pemakaian suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh faktor internal berupa persepsi kepribadian. Perilaku konsumen yang dipengaruhi persepsi kepribadian dalam menggunakan Tokopedia dalam hal berani

mengambil resiko, karena tokopedia termasuk dalam layanan elektronik yang tentunya banyak kemungkinan resiko. Jika seseorang tidak memiliki kepribadian yang berani mengambil resiko, maka kan lebih memilih transaksi yang resikonya lebih kecil seperti transaksi jual beli yang dilakukan secara *offline.*

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan Tokopedia. Hal ini disebabkan Tokopedia mempunyai keberagaman fitur, kemudahan akses, kemudahan penggunaan dalam bertransaksi dan memiliki berbagai penawaran yang menarik, sehingga konsumen menggunakannya untuk keperluan berbelanja *online.*

3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil analisis jalur model II, nilai standardized beta 0,328 bernilai positif, t_{hitung} sebesar 7,579 > t_{tabel} (1,966) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, yang artinya bahwa kepercayaan konsumen (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y). hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Priansa (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen mengenai suatu produk/jasa dengan segala informasinya.

Kepercayaan konsumen ini merupakan hal yang sangat penting bagi situs Tokopedia. Karena dengan adanya kepercayaan dari konsumen, maka konsumen tersebut akan percaya terhadap kinerja dan kualitas situs tersebut, yang mana dengan adanya kepercayaan ini konsumen akan berminat untuk melakukan pembelian kembali di situs Tokopedia. Semakin positif kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen pada suatu produk, maka akan berakibat pada keputusan pembelian ulang. Hal ini sebagaimana dengan hasil wawancara dengan saudara Thabrani, yang

merupakan pengguna Tokopedia dari kalangan pegawai swasta menyatakan bahwa:

> *"Kemudahan transaksi ini sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen, karena kalo kita nyaman dengan User Interface (UI)nya, terus mudah penggunaanya mesti bakalan betah di e-commerce pilihan terutama Tokopedia yang aku pake, ditambah kalo ada promo-promo menarik mesti bakal lebih percaya dan pake Tokped terus deh"*

Penjelasan di atas sesuai dengan teori kepercayaan konsumen menurut Priansa (2017), kepercayaan konsumen dalam konsep *business to consumer* berarti sikap individu yang mengacu kepada keyakinan konsumen atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya. Hal ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astarina (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan atau pembelian kembali. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Pebrilia (2019) juga sejalan dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali dengan aplikasi Tokopedia. Hal ini disebabkan karena pengguna Tokopedia menyambut dengan baik terhadap usaha Tokopedia dalam memberikan kepercayaannya melalui pelayanan yang dilakukan dengan baik, integritas dan kejujuran penjual untuk mempertahankan konsumenya serta adanya kompetensi untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai kebutuhannya, hal ini dapat membantu konsumen untuk tetap memiliki kepercayaan dalam benaknya untuk melakukan pembelian pada Tokopedia.

4. Pengaruh Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil analisis jalur model ke II, nilai standardized beta 0,256 bernilai positif, t_{hitung} sebesar 6,029 > t_{tabel} 1,966 dan nilai

signifikansi 0.000 < 0,05, yang artinya bahwa pengalaman berbelanja (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Dalam hubungan pengalaman berbelanja dan minat beli ulang semakin baik pengalaman berbelanja *online*nya maka intensitas membeli akan semakin tinggi pula dan akan melakukan pembelian ulang. Maksudnya adalah jika seseorang merasakan pengalaman berbelanja pada suatu produk atau layanan maka besar kemungkinan mereka akan membeli produk tersebut kembali karena berdasarkan pengalaman berbelanjanya yang baik.

Sebagaimana yang dikemukakan Povy Amelia (2020) yang menyatakan bahwa apabila pengalaman yang dirasakan konsumen memberikan rasa puas maka akan meningkatkan minat beli mereka dan akan melakukan pembelian di masa depan, namun sebaliknya jika pengalaman yang didapatkan buruk makan konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini juga didukung dengan jawaban responden Saudara Ali, seorang mahasiswa yang mengemukakan bahwa:

> *"Pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap minat beli ulang, karena pengalaman adalah guru yang terbaik dan di zaman sekarang ini kita dapat belajar dari pengalaman orang lain (ulasan/rating toko) sehingga kita dapat mengetahui kualitas atau pelayanan yang sudah dilakukan oleh seller kepada buyer"*

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rangga (2021) yang mengemukakan bahwa pengalaman berbelanja konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang di situs jual beli OLX, dan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2021) yang menyatakan bahwa variabel pengalaman konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada pembelian produk *skincare* di *ecommerce* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman berbelanja yang dimiliki seseorang dalam menggunakan suatu produk atau jasa maka akan semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

Penjelasan di atas sesuai dengan teori minat beli ulang yang dikemukakan oleh Priansa (2017) bahwa pelanggan yang puas akan kembali membeli produk, memuji produk yang dibelinya dihadapan orang lain dan cenderung akan membeli kembali pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini sejalan dengan teori yang ada dalam penelitian Tri Astuti (2013) yang menyatakan bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Minat beli merupakan dorongan konsumen untuk melakukan pembelian produk yang telah dibelinya karena berdasarkan pengalaman yang bagus maka ia berminat untuk membelinya lagi.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel pengalaman berbelanja berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada aplikasi Tokopedia. Hal ini disebabkan karena adanya pengalaman konsumen dan hasil review yang positif dari diri sendiri maupun dari orang terdekat sehingga konsumen mau untuk melakukan pembelian kembali di Tokopedia.

5. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil analisis jalur model ke II, nilai standardized beta 0,313 bernilai positif, t_{hitung} sebesar 6,905 > t_{tabel} 1,966 dan nilai signifikansi 0.000 < 0,05, yang artinya bahwa kemudahan transaksi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Dalam hubungan kemudahan transaksi dan minat beli ulang semakin mudah suatu produk atau aplikasi digunakan maka intensitas membeli akan semakin tinggi dan berakhir pada perilaku pembelian ulang. Maksudnya adalah jika seseorang merasakan suatu kemudahan dalam menggunakan produk atau layanan maka besar kemungkinan mereka akan membeli atau menggunakan produk/layanan tersebut karena mudahnya penggunaanya. Hal ini sejalan dengan teori dalam penelitian Faradila (2016) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam bertransaksi merupakan hal yang perlu diperhatikan, jika komponen pada aplikasi

sulit dan rumit dipelajari maka konsumen cenderung mengurungkan niatnya untuk berbelanja *online* pada aplikasi tersebut.

Hal ini sejalan dengan pernyataan saudara Thabrani yang merupakan pengguna Tokopedia dari kalangan pegawai swasta menyatakan bahwa:

> *"kemudahan transaksi dapat berpengaruh terhadap minat beli ulang, karena dengan kemudahan yang dirasakan ketika menggunakan Tokopedia hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk berbelanja di Tokopedia terus, karena biasanya slogan orang-orang kalo ada yang praktis kenapa harus cari yang ribet".*

Berdasarkan pernyataan di atas menyatakan bahwa kemudahan transaksi dapat mempengaruhi minat beli ulang karena kemudahan layanannya untuk bertransaksi yang mana menyediakan banyak sistem pembayaran dan aplikasinya ringan tidak membuat *Gadget nge-lag*. Argumen ini juga didukung dengan pernyataan Khafidatul Ilmiyah (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam menggunakan situs jual beli *online* dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk bertransaksi lagi.

Penjelasan di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Priansa (2017) yang menyatakan bahwa salah-satu faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang adalah faktor pribadi yang mencakup mengenai kepribadian dan konsep diri. Yang mana dalam hal ini, seseorang dengan konsep diri yang tidak mau ribet maka akan memilih menggunakan situs jual beli *online* dengan kemudahanya yang dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, pribadi yang berani untuk mengambil resiko juga perlu dibutuhkan dalam melakukan transaksi *online*, karena transaksi *online* memiliki resiko yang tidak bisa diduga-duga. Sehingga jika konsumen tidak memiliki keberanian untuk mengambil resiko, konsumen akan lebih memilih untuk berbelanja secara *offline* saja.

Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khafidatul Ilmiyah (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan

transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Hasil penelitian ini juga dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustafa (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan atau dioperasikan maka akan menumbuhkan minat beli ulang penggunanya.

Berdasarkan hasil analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen dalam menggunakan Tokopedia. Hal ini disebabkan karena terdapat banyak kemudahan layanan yang diberikan Tokopedia kepada konsumennya.

6. Pengaruh Pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening

Setelah dilakukan perhitungan berdasarkan hasil analisis jalur dan uji sobel, nilai koefisien mediasi 0,0215, dan nilai t hitung sebesar 3,997 > t tabel 1,966, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen (Z) dapat memediasi pengalaman berbelanja (X1) terhadap minat beli ulang (Y). Artinya bahwa pengalaman berbelanja secara tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku pembelian ulang melalui variabel kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening. Maka pengalaman berbelanja *online* akan membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk, dan pengalaman berbelanja yang baik akan berakibat pada keputusan pembelian ulang suatu produk. Dalam kata lain pengalaman berbelanja merupakan salah satu satu faktor yang membentuk kesan yang diperoleh konsumen terhadap suatu merek tertentu. Ini berarti pula bahwa pengalaman berbelanja mampu membentuk kepercayaan konsumen melalui persepsi yang dibangun dalam pengalaman berbelanja tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astarina (2018) dan Saraswathi (2021) yang menunjukkan hasil

bahwa pengalaman berbelanja berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Didalamnya juga menjelaskan pengalaman berbelanja yang baik dapat meningkatkan minat untuk menggunakan kembali. Hal tersebut juga ditemukan dari hasil angket yang diberikan kepada responden, bahwa pengalaman berbelanja yang baik dapat menjadi faktor pendorong keputusan untuk melakukan pembelian kembali dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi, karena pengalaman berbelanja yang dirasakan konsumen dapat memenuhi keinginan dan ekspektasi konsumen. Setelah melakukan wawancara dengan konsumen Tokopedia dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen tertarik melakukan pembelian kembali pada aplikasi Tokopedia karena pengalaman berbelanja yang yang mereka rasakan di Tokopedia memuaskan selain itu pelayanan dan penggunaanya mudah.

Penjelasan di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan Priansa (2017) mengenai indikator yang digunakan untuk mengukur niat melakukan pembelian ulang salah satunya adalah minat transaksional yaitu minat untuk bertransaksi yang didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap produk atau jasa tersebut dan minat referensial yaitu minat bertransaksi yang muncul setelah konsumen memiliki pengalaman atau informasi produk dari orang lain maupun dirinya sendiri. Karena dengan adanya kepercayaan dan pengalaman pada suatu produk atau jasa, maka konsumen diharapkan akan melakukan penggunaan kembali pada produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen dapat memediasi hubungan pengalaman konsumen terhadap niat beli ulang pada Aplikasi Tokopedia.

7. Pengaruh Kemudahan Transaksi, kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening

Kepercayaan konsumen menurut Priansa (2017) adalah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen mengenai suatu produk/jasa dengan segala informasinya. Sedangkan kepercayaan konsumen dalam konsep *business to consumer* berarti sikap individu yang mengacu kepada keyakinan konsumen atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya.

Berdasarkan hasil analisis jalur dan uji sobel, nilai koefisien mediasi 0,0806, dan nilai t hitung sebesar 1,838 > t tabel 1,966, maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen (Z) tidak dapat memediasi kemudahan transaksi (X2) terhadap minat beli ulang (Y) dan hipotesis ke-7 ditolak. Artinya bahwa variabel kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi hubungan kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia.

Kemudahan transaksi yang diberikan oleh Tokopedia terhadap penggunaanya maupun calon penggunanya tidak mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Tokopedia. Berdasarkan teori Chaniago (2022), kemudahan transaksi terdapat beberapa indikator diantaranya mudah dipelajari, mudah dioperasikan, mudah mendapatkan sesuatu, dan tidak memerlukan usaha yang banyak. Dari indikator tersebut diturunkan menjadi beberapa pertanyaan seperti apakah kemudahan transaksi di Tokopedia memudahkan anda, apakah Tokopedia mudah dioperasikan?, apakah Tokopedia mudah digunakan untuk mencari informasi suatu produk?, dan lain sebagainya. Setelah dilakukan observasi dapat ditarik kesimpulan bahwa Tokopedia telah memberikan pelayanan dan kemudahan transaksi yang sudah sesuai dengan standar operasional suatu aplikasi, namun persepsi masyarakat menganggap bahwa standar operasional suatu aplikasi yang diterapkan pada semua aplikasi jual beli *(e-commerce)* itu sama, maka dari itu masyarakat menganggap fitur yang mudah bukan menjadi faktor penentu mereka melakukan pembelian ulang di Tokopedia.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Laora (2021), yang menyatakan bahwa kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang, hal ini dikarenakan kemudahan bertransaksi bukanlah faktor penting yang

dapat menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian secara ulang pada situs belanja *online*.

Berdasarkan hasil analisis di atas, menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi hubungan antara variabel kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia. Hal ini dikarenakan, kemudahan transaksi tidak dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan jual beli *online*. Konsumen akan tetap merasa takut jika ada resiko datang tanpa di duga-duga seperti kasus penipuan yang mana produk yang datang tidak sesuai dengan ekspektasi, adanya pencurian data pribadi, dan adanya kasus uang yang tidak dapat di *return*.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada aplikasi Tokopedia. Hal berarti bahwa semakin baik pengalaman berbelanja konsumen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi di Tokopedia.
2. Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Hal ini berarti kemudahan transaksi dapat memberikan pengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Kemudahan transaksi ini dapat dirasakan Ketika kita melaksanakan transaksi di Tokopedia, kemudahan akses dan kemudahan penggunaan dalam bertransaksi inilah yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen untuk berbelanja lagi di Tokopedia.
4. Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hal tersebut menunjukan bahwa dengan melihat pengalaman berbelanja sebelumnya dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
5. Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Hal tersebut menunjukan bahwa dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi, dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
6. Berdasarkan hasil analisis jalur dan uji sobel maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dapat memediasi pengalaman berbelanja terhadap minat beli ulang masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dapat memediasi pengalaman berbelanja

terhadap minat beli ulang, maka hasil menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel berdasarkan hasil perhitungan uji sobel.

7. Berdasarkan hasil analisis jalur dan uji sobel maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen tidak dapat memediasi kemudahan transaksi terhadap minat beli ulang.

B. Saran

1. Bagi perusahaan Tokopedia diharapkan terus memberikan pengalaman berbelanja dan kemudahan transaksi yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia.
2. Bagi Perusahaan Tokopedia untuk meningkatkan kepercayaan konsumen agar menambah minat beli ulang melalui kemudahan transaksi dan pengalaman berbelanja yang baik dengan cara memperketat peraturan untuk *seller* agar dapat memberikan produk yang sesuai dengan deskripsi, dan memperkuat penjagaan data pribadi agar tidak terjadi lagi kebocoran data.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen dalam menggunakan Tokopedia seperti harga, variasi produk, kepuasan pelanggan, preferensi merek dan juga memperluas cakupan wilayah daerah serta banyaknya responden.
4. Bagi masyarakat dan konsumen diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam melakukan transaksi jual beli *online* melalui *ecommerce*. Dengan tetap memperhatikan pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dan kepercayaan merek agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina and Julitriarsa, D. (2021) 'Pengaruh pengalaman Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk Skincare Di E-Commerce Shopee', *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), pp. 287–300.

Alinea.id (2020) *Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial*, *Https://Www.Alinea.Id/*. Available at: https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj#:~:text=Hal itu sesuai dengan riset,tahun (82%2C7%25).

Amelia, P. and Maridjo, H. (2020) 'Pengaruh Vanity Seeking, Purchase Experience, Dan Celebrity Endorser, Pada Minat Beli Ulang Dengan Sikap Terhadap Laneige Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ekonomi, Manajeme, Akuntansi dan Perpajakan*, 3.

Arinza, A. (2021) 'Pengaruh Pengalaman Belanja dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online di Tokopedia', 19 No.22. Available at: https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/19212.

Astarina, I.G.A., Giantari, I.G.A.K. and Yasa, N.N.K. (2018) 'Peran Kepercayaan Memediasi Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Jasa Jne Di Kota Denpasar', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), p. 700. doi:10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p05.

Chaniago, S. *et al.* (2022) *Keputusan Pembelian Pengguna OVO Ditinjau dari Kemudahan,Price Discount dan Kepuasan*. 1st edn. Edited by Nasib. Surabaya: Global Aksara Pers.

Cocroachtn (2021) *The Next Kota Pelajar, Ini 9 Universitas di Purwokerto, Idn*. Available at: https://www.idntimes.com/life/education/diah-martina-lestari/universitas-di-purwokerto-c1c2.

Databoks (2019) *10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak, 2019, Databoks*. Available at: https://lokadata.id/data/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-2019-1567846742.

detikInet (2022) *Favorit UMKM, Tokopedia Sabet Penghargaan di Selular Award 2022, detiknet*. Available at: https://inet.detik.com/cyberlife/d-6212216/favorit-umkm-tokopedia-sabet-penghargaan-di-selular-award-2022#:~:text=Tokopedia baru saja meraih penghargaan,Performance for Leontinus A Edison.

Faradila, R.S.N. and Soesanto, H. (2016) 'Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online

berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)', *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), p. 149. doi:10.14710/jsmo.v13i2.13406.

Firmansyah, A. (2018) *Perilaku Konsumen, Perilaku Konsumen*.

Fitrah, M. (2018) *Metodologi Penelitian : penelitian Deskriptif Tindakan Kelas & Studi Kasus, Jejak Publisher*. Edited by Ruslan. Sukabumi: Jejak.

Hariadi, R.D. and Sulistiono, S. (2021) 'Pengaruh Kualitas Situs Website, Kepercayaan Konsumen, Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Di Situs Jual Beli Online OLX', *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), pp. 1–12. doi:10.37641/jikes.v1i1.402.

Hildaria, H. (2017) *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, *Вестник Росздравнадзора*. Universitas Sanata Dharma.

Ilmiyah, K. and Krishernawan, I. (2020) 'Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto', *Jurnal Manajemen*, 6(1), pp. 31–42. Available at: http://www.maker.ac.id/index.php/maker.

Iqbal, M. (2016) *Perilaku Konsumen : Fungsi Utilitas Dan Maslahah*, *Dosen.Perbanas.Id*. Available at: https://dosen.perbanas.id/perilaku-konsumen-fungsi-utilitas-dan-maslahah/?print=print (Accessed: 28 September 2022).

Isnawati (2018) *Jual Beli Online sesuai Syariah*. Kuningan: Rumah Fiqih.

Juliandi, A. *et al.* (2016) *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*. Edited by R. Franita. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

Kahar, A., Wardi, Y. and Patrisia, D. (2019) 'The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com'. doi:10.2991/piceeba2-18.2019.20.

KBBI.Lektur.ID (2021) *2 Arti Kesejahteraan Di Kamus Besar Bahasa Indonesia*, *Kbbi*. Available at: https://kbbi.lektur.id/kesejahteraan.

Kemenkeu (2022) *Nilai Ekonomi Digital Indonesia USD70 Miliar, Tertinggi di Asia Tenggara*, *Kemenkeu.Go.Id*. Available at: https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/nilai-ekonomi-digital-indonesia-usd70-miliar-tertinggi-di-asia-tenggara/#:~:text="Ekonomi digital di Indonesia tertinggi,Senin (11%2F04).

Kotler, P. (2009) 'Marketing management. 13th edition / Philip Kotler; Kevin Lane Keller',

in Wibi, H. and Maulana, A. (eds) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga, p. 5.

Laili, I.N., Arifin, R. and Hufron, M. (2018) 'Pengaruh Word of Mouth, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Belanja Konsumen di Situs Jual Beli Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen JL.MT.Haryono 193', *e – JurnalRisetManajemen*, pp. 82–94.

Laora, S.E., Hidayati, T. and Asnawati, A. (2021) 'Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap repurchase intention yang dimediasi oleh customer trust', *Kinerja*, 18(2), pp. 304–313. Available at: http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/8356.

Made, N. *et al.* (2021) 'The Influence of Customer Experience, Ease of Use, and Trust on Repurchase Intention (Case Study of Tokopedia Consumers in Denpasar)', *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, (5), pp. 378–383. Available at: www.ajhssr.com.

Malau, H. (2017) *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Mardiah, A. and Anugrah, H. (2020) *Pengaruh orientasi belanja, kepercayaan, dan pengalaman pembelian terhadap minat beli ulang secara online, MENARA ilmu*.

Moh. Nasuha (2020) *Buku-Islamic-Marketing*. Lingkar Media.

Mowen, J.C. and Michael, M. (2002) *Perilaku Konsumen*. 5th edn. Edited by N. Mahanani. Translated by L. Salim. Jakarta: Erlangga.

Munawaroh, Sulaksono, H. and Hidayah, T. (2021) 'Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Online Travel Agency (Ota) Traveloka.com', *Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 2.

Mustafa, M.E. (2021) 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)', *STIE Putra Bangsa*, pp. 1–7.

Ningsih, S. and Dukalang, H. (2019) 'Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linear Berganda', *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), pp. 43–53. doi:10.34312/jjom.v1i1.1742.

Nurudin, N. (2022) *Moderasi Beragama di Mata Milenial*. Lawwana.

Pebrila, L., Ramdan, A.M. and Samsudin, A. (2019) 'Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive', *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, p. 341. doi:10.24843/eeb.2019.v08.i04.p01.

Priansa, D.J. (2017) *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontenporer, Alfabeta*. Bandung: Alfabeta.

Rachman, T. *et al.* (2018) *Manajemen pemasaran, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*

Rahayu Tri Astuti, S. (2013) 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), pp. 1–11. Available at: http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom.

Ramdania, W. (2020) 'Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pemasaran dan Kepuasan Konsumen', *Asy-Syari'ah*, 2, pp. 275–312.

Ranti, S. (2022) *Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia, Tekno.Kompas.Com*. Available at: https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all (Accessed: 23 September 2022).

Ridwan, M. and Halimatussakdiyah (2019) 'Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Niat Pembelia Ulang Melalui Mediasi Kepercayaan Pelanggan, Pada Produk Sepeda Motor Suzuki di Kota Banda Aceh', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4.

Sangadji, E.M. and Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edited by Nikoemus. Yogyakarta: Andi Offset.

Saraswathi, M.K. and Wardana, I.M. (2021) 'Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen GrabFood di Kota Denpasar)', *E-jurnal Manajemen*, 10. doi:Https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.20201.v10.i11.p03.

Sarwono, J. and Budiono, H. (2012) *Statistik Terapan, Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi menggunakan SPSS, AMOS dan Excel*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Somantri, B. (2021) *Sejarah Online Shopping Dari Masa Ke Masa, Ryusei*. Available at: https://ryusei.co.id/blogs/news/sejarah-online-shopping-dari-masa-ke-masa (Accessed: 3 September 2022).

Sudaryanto (2017) *Pengantar Manajemen: Teori dan Kasus*. Edited by B. Seda. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2nd edn. Edited by Setiyawami. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono, D. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.

Suharyono (2018) 'Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam', *Al-Intaj*, 4.

Suliyanto (2011) *Ekonometrika Terapan-Teori dan Aplikasi SPSS*. Edited by S. Suyantoro. Andi Offset.

Syahputra, E. (2022) *Tokopedia, Brand Paling Direkomendasikan Masyarakat Indonesia*, *CNBC Indonesia*. Available at: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220908150144-37-370407/tokopedia-brand-paling-direkomendasikan-masyarakat-indonesia.

Tokopedia (2015) *Ngaku Toppers? Udah Tahu Belum 6 Fakta Rahasia seputar Tokopedia Ini?*, *Tokopedia Blog*. Available at: https://www.tokopedia.com/blog/ngaku-toppersudahtahubelum6faktarahasiaseputartokopediaini/?utm_source=socialmedia&utm_medium=social&utm_campaign=mkt_social_reg_tokopedia-identik-hijau.\

Tokopedia (2020) *Kisah Kami*, *Tokopedia.Com*. Available at: https://www.tokopedia.com/about/our-story.

Tokopedia (2021) *Metode Bayar di Tokopedia*, *Tokopedia.com*. Available at: https://www.tokopedia.com/help/article/metode-bayar-di-tokopedia.

Widana, I.W. and Muliani, P.L. (2020) *Uji Persyaratan Analisis, Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang*. Edited by T. Fiktorius. Lumajang.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tokopedia

(Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto)

Kepada:

Yth Bapak/Ibu/Saudara(i)

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat

Saya, Fitrothul Khusna Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univeristas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini sedang mengadakan penelitian akhir skripsi yang berjudul Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Generasi Z di Purwokerto). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjadi responden pada penelitian saya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) kamu ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Fitrothul Khusna
Nim: 1817201012

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : □ Laki-Laki □ Perempuan

Usia : □ 18-20 □ 21-23

□ 24-25 □ Lainnya >25

Penghasilan/ Uang Saku Perbulan : □ < Rp. 500.000

□ Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000

□ Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000

Intensitas Pembelian : □1-2 □ >2

Bagaimana cara pembayaran yang digunakan : Transfer, COD, Yang lain

B. Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat bantuan kesedian Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Dimohon kesediaannya untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.
3. Berilah tanda silang (x) pada pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
4. Keterangan:

   Sangat Setuju : skor/bobot 5

   Setuju : skor/bobot 4

   Netral : skor/bobot 3

   Tidak Setuju : skor/bobot 2

   Sangat Tidak Setuju : skor/bobot 1

C. Pertanyaan Survei

1. Pengalaman Berbelanja

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan pengalaman berbelanja saya melalui situs *online* Tokopedia					

2.	Saya senang dengan pengalaman berbelanja saya melalui situs *online* Tokopedia					
3.	Saya berbagi pengalaman positif saya ketika berbelanja di Tokopedia kepada teman					

Pertanyaan Terbuka:

Menurut anda apakah Tokopedia sudah memberikan pengalaman berbelanja yang baik? berikan alasannya

2. Kemudahan Transaksi

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menggunakan Tokopedia karena mudah dipelajari					
2.	Tokopedia mudah dimengerti di kalangan masyarakat Purwokerto					
3.	Fitur pada Tokopedia mudah dipahami					
4.	Semakin sering saya menggunakan aplikasi Tokopedia, maka akan semakin mahir dalam menggunakanya					
5.	Situs dapat diakses kapan saja dan di mana saja					
6.	Berbagai metode pembayaran memudahkan saya dalam bertransaksi					
7.	Instruksi di Tokopedia jelas dan dapat dimengerti					
8.	Saya tidak merasa kesulitan dalam mempelajari prosedur saat melakukan transaksi					
9.	Aplikasi Tokopedia mudah dioperasikan					

Pertanyaan Terbuka:

Menurut anda, apakah Tokopedia sangat membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya? berikan alasannya!

3. Kepercayaan Konsumen

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya Tokopedia sebagai penyedia kebutuhan yang terpercaya					
2.	Saya percaya penjual di Tokopedia mengutamakan keterusterangan dan kejujuran dalam menjual produknya					
3.	Saya percaya bahwa Tokopedia dapat diandalkan					

Pertanyaan Terbuka:

Menurut anda, apakah situs Tokopedia memberikan produk atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen? berikan alasannya!

4. Minat Beli Ulang

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi Tokopedia dibanding situs jual beli lainnya					
2.	Saya tertarik untuk melakukan pembelian di Tokopedia					
3.	Saya merekomendasikan orang lain untuk bertransaksi di Tokopedia					
4.	Saya mendapatkan informasi tentang Tokopedia dengan mudah					

Pertanyaan Terbuka:

Apa yang menyebabkan anda melakukan pembelian ulang di Tokopedia? berikan alasanya!

Lampiran II Hasil Jawaban Kuesioner Responden

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 Transfer

Ti	Nama Lengkap	No. Whats	Jenis Kelar	Usia	Jenis Peke	Penghasil	Berapa kal	Bagaiman	Saya mera	Saya mera	Saya berb	Menurut a	Saya meng	Tokopedia	Fitur pada	Semakin s	Situs dapa	Berbagai r	Instruksi d	Saya tidak	Aplikasi T	Menurut a	Saya lebih	Saya terta	Saya merel	Saya mend	Apa yang	Saya perc	Saya perc	Saya perc
#	Karlina	08233383	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju		Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Ya.	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	-	Netral	Netral	Netral
#	Ahmad syafiq bayu setiaji	081215129	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Enak muda	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya, karena	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Lebih terja	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
#	Nurul Kurniasari	081215519	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Memilih pr	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya mudah.	Netral	Netral	Netral	Netral	Produk ya	Setuju	Netral	Netral
#	Indra Kurniawan A	08953793	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Pengirimar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah, ya	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Berbagai p	Setuju	Setuju	Setuju
#	Yusuf Amin H	08966928	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Yang past	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Mudah kar	Netral	Netral	Netral	Netral	Saya belun	Netral	Netral	Netral
#	Rahmah Ardiani	085741031	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Yang penji	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena kua	Setuju	Setuju	Setuju
#	Lili Solehatin	08573358	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Pengalama	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Ya mudah,	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Mudah dig	Netral	Setuju	Tidak Setu
#	Faizal Syahputra Nasution	08363062	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Sangat Se	Setuju	Dapat Cas	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah kar	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Banyak Ca	Setuju	Setuju	Setuju
#	Ali Iqbal Subarkah	08132646	Laki-Laki	24-25 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Berbelanja	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Mudah kar	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Semakin la	Setuju	Setuju	Sangat Se
#	Irna Nurfahla	08979047	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Netral	Gambar di	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Bagi saya	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Tidak terla	Setuju	Setuju	Setuju
#	Nur Cholifatun Nisa	n.cholifatu	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Jika Baran	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Karena bar	Setuju	Netral	Setuju
#	Sania Ramadhani	08820003	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Dengan mc	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Sangat Se	Setuju	Ya sangat	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Prosesnya	Netral	Netral	Netral
#	Ulfiyani	08778285	Perempuar	24-25 Tah	Pegawai S	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Mungkin s	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Tentu iya,	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Sangat Se	Saya tidak	Setuju	Setuju	Setuju
#	Aresta Ifti Imanisa	08966388	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Biasa saja,	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Iyaa sanga	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Karena bar	Netral	Netral	Netral
#	Shelviana Aprilliani Nurjanah	082137575	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Kemudahai	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Banyal	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Proses pe	Setuju	Setuju	Setuju
#	Shinta Hibatullah	08532637	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Netral	Lumayan, k	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Membantu	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena ad	Netral	Netral	Netral
#	Suci Rahmawati Faoziah	08571266	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Sudah, sep	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Iya,	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Produk se	Netral	Netral	Netral
#	Sofi Aulia'ur Rohmah	08953226	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Menggune	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Netral	Netral	Sangat Se	Benar, kar	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena suc	Setuju	Setuju	Setuju
#	Zahra diya	08523343	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Setuju	Menurut s	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Iya, karna t	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karna terd	Netral	Netral	Netral
#	Cahya tiara	08213389	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Belum, kar	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena ad	Netral	Netral	Netral
#	Hanah zahro hanifah	08122923	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Ya karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena tok	Setuju	Setuju	Setuju
#	Anis Dwi Oktafiani	08571239	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	Lumayan b	Netral	Setuju	Netral	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Netral	Setuju	Membantu	Netral	Tidak Setu	Netral	Setuju	Barang bc	Setuju	Setuju	Setuju
#	Zuyyana ulfa	08822766	Perempuar	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Cukup	Netral	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setu	Netral	Cukup mer	Sangat Tic	Netral	Netral	Netral	Barangnya	Setuju	Setuju	Netral
#	Mutiara Alya Rizqia	+85747585	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Mix bisa tı	Sangat Se	Netral	Sangat Se	Keuntungs	Sangat Se	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kebutuhan	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Saya melak	Setuju	Setuju	Setuju
#	Ulfa	08953383	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Netral	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, banyak	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Karena mu	Netral	Netral	Netral
#	Muhammad Rafii Kumar	08213349	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	Dari segi a	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Karena ad	Netral	Netral	Netral
#	Dimas Siswanda Purba	08365374	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Tidak Setu	Netral	Baik	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat me	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Nyaman	Sangat Se	Setuju	Setuju
#	Ully Purbandani	08132990	Perempuar	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Banyak M	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
#	Ratna Wulan Dari	08771828	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Pengalama	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya mudah	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena tok	Setuju	Setuju	Setuju
#	Nida Dliyaul Haq	08880278	Laki-Laki	18-20 Tah	Pelajar	< Rp. 500	1-2 Kali	Tergantun	Netral	Netral	Netral	Mungkin m	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena bar	Netral	Netral	Netral
#	Dellia Dwi Lany Fikhasari	08226465	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Iya	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Kualitas bı	Setuju	Setuju	Setuju
#	Mia Endika Rahma	08771396	Perempuar	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sejauh ini r	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Ya, secara	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Yang saya	Setuju	Netral	Setuju
#	Aliyah Hanun	085714739	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Isi saldo vi	Netral	Netral	Netral	Sudah cuk	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup mer	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Barangnya	Setuju	Setuju	Setuju
#	Tri Sundari	08782935	Perempuar	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	>2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Saya lebih	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Setuju	Saya priba	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Saya tidak	Netral	Netral	Netral
#	Sevi rahmawati	08782756	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Lumayan, k	Setuju	Netral	Netral	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Ada gı	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena ad	Setuju	Netral	Setuju
#	Ulil Azmi	08570063	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Barang cep	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Transaksin	Setuju	Setuju	Setuju
#	Sevi Rifaldi	082134513	Laki-Laki	21-23 Tah	Wirausaha	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Netral	netral	Netral	Netral	Netral	Sangat Se	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	cukup, kar	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	gada lagi y	Setuju	Setuju	Setuju
#	Meilina Istanti	08965900	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Gopay	Sangat Se	Setuju	Setuju	Alhamdulil	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Ya. Selain	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sering dap	Setuju	Sangat Se	Netral
#	Putri Rizki Nur Khofifah	-	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Setuju	Sudah, bar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Membantu	Netral	Netral	Netral	Sangat Se	Barangnya	Netral	Netral	Netral
#	Aditya Hidayatulah	08526246	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Gratis	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Promo	Netral	Netral	Netral
#	Felisha Hasna Hanifah	08573948	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sudah kare	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Fitur yang	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
#	Anditya Daffa A	08132583	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Cod, Tran	Setuju	Setuju	Setuju	Tokopedia	Sangat Se	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karna t	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Ya karna p	Setuju	Setuju	Setuju
#	Petrina Ayun Nur Elma	08583043	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Virtual acc	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sudah,	Netral	Setuju	Netral	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Iyaa, sudah	Tidak Setu	Setuju	Netral	Netral	Selalu ada	Netral	Netral	Setuju
#	Silvia Deka Litasha Fajlia Nisa	08214780	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Terkadang	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sudah,	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena pel	Setuju	Setuju	Setuju
#	Enggar pangesti	08572688	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Murah	Setuju	Setuju	Setuju
#	Anugrah Okta	08586622	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
#	Dhea Rofingatun NK	08312747	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Cukup bail	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaa karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah	Setuju	Setuju	Sangat Se
#	Ahmad Zulkifli	08213853	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Kedunaya	Netral	Netral	Netral	Belum dov	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	So pasti. A	Sangat Tic	Netral	Setuju	Setuju	Tidak	Sangat Se	Netral	Setuju
#	Ngamilatul Hasanah	08310784	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Iya	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Gratis ong	Setuju	Setuju	Setuju
#	Kholid abiyu	08122387	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Baik cukup	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya karena	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Produk ter	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
#	Nurma Sri Utami	08773139	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bel	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Mudah ber	Setuju	Setuju	Setuju
#	Nugroho Dwi Pangestu	085865141	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Tokopedia	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat am	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Karena tok	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
#	Bhakti Mardiansyah	081545556	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sudah, kar	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Membantu	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Karena bar	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
#	Iin Mubarokah	08310637	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Setuju	Banyak gr	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Iya karena	Netral	Netral	Setuju	Netral	Karena tid	Setuju	Netral	Netral
#	Laila Nur Afidah	085641575	Perempuar	21-23 Tah	Pelajar	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	baik	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	lumayan	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	cukup baik	Setuju	Netral	Netral

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli U ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:35 AM 1/17/2023

Page 1 Page 2 Page 3 Page 4 Page 5 Page 6 Page 7 Page 8 Page 9 Page 10 Page 11 Page 12

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 Transfer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
56	#	Laila Nur Afidah	'085641575	Perempuan	21-23 Tah	Pelajar	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	baik	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	lumayan	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	cukup baik	Setuju	Netral	Netral
57	#	Wastian Salwa Anugrah Ramadan	'087705551	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Netral	Sejauh ini s	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Netral	Netral	Setuju	Alasannya	Setuju	Setuju	Netral
58	#	Baeti Nurul Fatimah	'08953886	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	cuku, karer	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	lumayan, u	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	gratis ong	Netral	Netral	Netral
59	#	Dauf Faizal	'08383167	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Netral	Biasa aja s	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Netral	Setuju	Membantu	Netral	Netral	Netral	Netral	Pas aja	Setuju	Netral	Netral
60	#	Neni pratiwi darmawan	'08686512	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Pelayanan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah	Setuju	Setuju	Setuju
61	#	Aulia isma	'08139281	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena fitu	Setuju	Netral	Netral
62	#	Ariesya Febriani Wibowo	'085741241	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Sudah, kar	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat me	Sangat Set	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Keingan un	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set
63	#	Nur izah alma'rifaq	'08213564	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Iya kurang	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Iya	Netral	Netral	Netral	Netral	Diskon	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu
64	#	Mukti Fitriyadi	'08960758	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Sangat Set	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karna	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Promo	Sangat Set	Setuju	Setuju
65	#	Selly Setiani	'08586334	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Setuju	Menurut s	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	karena salt	Setuju	Netral	Setuju
66	#	Hamidah	'08227937	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Baik	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena pel	Setuju	Setuju	Setuju
67	#	Risqi utami	'08232505	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iya sudah c	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Iya memba	Tidak Setu	Setuju	Netral	Sangat Set	Gratis ong	Sangat Set	Setuju	Setuju
68	#	Setiaesti	'08587120	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	SudahKare	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	IyaKarena s	Netral	Netral	Netral	Netral	Nyaman	Netral	Netral	Netral
69	#	Ameliana Puspita	08816641	Perempuan	21-23 Tah	pengangg	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	menurut te	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	sangat me	Netral	Netral	Netral	Sangat Set	saya belum	Setuju	Setuju	Netral
70	#	ade ulya	'08529327	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	tentu	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	tentu	Netral	Netral	Netral	Netral	karena pen	Netral	Netral	Netral
71	#	Isnaeni purwandari	'08361867	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Baik bang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Nagih karn	Setuju	Setuju	Setuju
72	#	Scolastika Sabina Diah Mitak	'08135389	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Benar ,Ber	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tokopedia	Netral	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Karena mu	Sangat Set	Sangat Set	Setuju
73	#	Daffa' Putri Dzakiyyah Rachma	'08885864	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Saya tidak	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Netral	Netral	Saya belum	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Saya tidak	Netral	Netral	Netral
74	#	Eka Nur Fitri Cahyani	'08380858	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Netral	Tidak Setu	Setuju	Belum sep	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Mungkin b	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Gabegitu a	Netral	Netral	Netral
75	#	Fadillah Nur Aliffia	'08560000	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	sudahh, ka	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	sangat me	Netral	Setuju	Netral	Setuju	karena sud	Setuju	Setuju	Setuju
76	#	Nursalawati	'08164909	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Netral	Netral	Iya sangat	Netral	Setuju	Netral	Setuju	karena tok	Netral	Netral	Setuju
77	#	Ika Nur Arifah	'08953782	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Sudah, dar	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Iya sangat	Netral	Netral	Netral	Setuju	Untuk pen	Netral	Netral	Netral
78	#	Moh Iskandar	'08522936	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Karena ter	Setuju	Setuju	Setuju
79	#	Dzikri	'08391542	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sejauh ini b	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	Berdasar p	Setuju	Setuju	Netral
80	#	Ninik Nikmatul Janah	'08572626	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	sudah, kar	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	iya sangat	Setuju	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	banyak ba	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set
81	#	Marzuki Yudi Setiawan	'08131361	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Sudah akai	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Iyaa dan le	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Netral	Netral
82	#	azam alfatih ahkam	8.2E+10	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Alfamart	Netral	Netral	Netral	Iya, baik	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Ya, mudah	Netral	Netral	Netral	Netral	Ya, mudah	Netral	Netral	Netral
83	#	Sri Muspitasari	'08587936	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Mudah	Setuju	Setuju	Setuju
84	#	Danial izzat	'08122625	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Saya meng	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Saya meng	Netral	Netral	Netral	Netral	Saya meng	Netral	Netral	Netral
85	#	Denny Yulloh	2E+09	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Belum, kar	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Tidak Setu	Netral	Cukup, kar	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Harganya c	Setuju	Setuju	Setuju
86	#	Noname	'00000000	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Saya gape	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Saya bkn p	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Gapernah	Netral	Netral	Netral
87	#	AULIA RAHMAH	'08121500	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah cuk	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaaa, tapi	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Tidak ada	Setuju	Setuju	Setuju
88	#	Shofia Nurul Fajriah	'08224252	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	ya, respon	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	yaa	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Setuju	recommen	Setuju	Setuju	Setuju
89	#	Elia	-	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Iya, mudah	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, dapat	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena mu	Netral	Netral	Setuju
90	#	Lestari Asih Istiqomah	'08784538	Perempuan	24-25 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Sebenarny	Netral	Netral	Netral	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Sepertinya	Netral	Netral	Netral	Netral	Belum pern	Sangat Set	Setuju	Setuju
91	#	Aden at taher	'08962031	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	ya, karna a	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	ya, barang	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	ya, gratis c	Setuju	Sangat Set	Sangat Set
92	#	Nadya Kumara	'08383711	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Top up sal	Setuju	Netral	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena ter	Setuju	Setuju	Setuju
93	#	Mutiara Roudhotul Jannah	'08133795	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Lumayan b	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Saya tidak	Setuju	Setuju	Setuju
94	#	Farah Nisrina Ufairoh	'08383763	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Ya Sudah,	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Ya, berbag	Netral	Setuju	Sangat Set	Setuju	Harga yang	Netral	Sangat Set	Setuju
95	#	Syifa Nur Rozzaqiyah	'08139114	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Netral	Netral	Setuju	Sering mer	Netral	Netral	Setuju
96	#	Erina Nur A.	'08573144	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Menurut s	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, sangat	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Banyaknya	Setuju	Sangat Set	Sangat Set
97	#	Moh. Rama Ilhami	'08386101	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	Baik, karer	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Membantu	Netral	Netral	Setuju	Netral	Tidak beru	Setuju	Netral	Netral
98	#	Septian Dwi Sanchez	'08967600	Laki-Laki	18-20 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Sangat Set	Ya, karena	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Ya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena ena	Setuju	Setuju	Setuju
99	#	Sholehah Sabaniyati	'08574379	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Tokopedia	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Netral	Setuju	Netral	Iya. Ada b	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Ya karena	Setuju	Setuju	Setuju
100	#	Lukman Hidayat	'08782235	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Iya lumayan	Netral	Netral	Netral	Netral	Saat itu sa	Netral	Netral	Netral
101	#	Radya Ramaditya Mulia	'08211344	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah karr	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat me	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Yas karna	Setuju	Setuju	Sangat Set
102	#	Nimas Nabila	'08953636	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Netral	Sudah, tok	Netral	Netral	Netral	Sangat Set	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Ya, karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Kalo dapet	Setuju	Netral	Netral
103	#	Dwi Ali Susanto	'08572721	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Menurut s	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Setuju	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Iya. Sangat	Tidak Setu	Setuju	Netral	Sangat Set	Karena mu	Setuju	Setuju	Setuju
104	#	Nafi'udin Faiz Ashari	'08883934	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	E-wallet G	Sangat Set	Sangat Set	Netral	Dari exper	Sangat Set	Setuju	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju karc	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Set	Karena pro	Setuju	Netral	Setuju
105	#	Teguh Waluyo	'08782205	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Netral	Sudah kak,	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Tergantun	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena dis	Netral	Setuju	Netral
106	#	Anisa Nurmina	'08956324	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Belum. Tol	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iya. Karena	Sangat Tic	Netral	Tidak Setu	Setuju	Sama ky ap	Netral	Sangat Tic	Netral
107	#	Tyas Ayu	'08577830	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Iya, karena	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	Karena tok	Setuju	Netral	Setuju
108	#	BRILIAN RINO PUTRA	'081331145	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah don	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Yoi	Netral	Sangat Se	Setuju	Sangat Set	Diskon pri	Sangat Set	Setuju	Sangat Set
109	#	Driasmara Paksi Satriatama	'08529020	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Setuju	Netral	Netral	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Netral	Nggak jug	Setuju	Netral	Netral	Netral	Karena say	Setuju	Netral	Setuju
110	#	Raikhan Abdillah Setiadi	'08122835	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, mu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sangat	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Ya mudah	Netral	Netral	Netral
111	#	Dwina Putri Sushida	'08131223	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Ya, karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli L ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:35 AM 1/17/2023

Page 6 Page 3

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 | Transfer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
112	#	Iqbal Masyhudi	08367257	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Fast respo	Setuju	Setuju	Setuju
113	#	Abdullah Azzam WaFalah	0813-279	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya sudah r	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat mo	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena tok	Setuju	Setuju	Setuju
114	#	Delya Adinda Novembri	08522535	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Sudah. Kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Ya. Karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Pelayanan	Setuju	Netral	Setuju
115	#	Aflah Alqudsi	08523665	Laki-Laki	21-23 Tah	Freelance	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Biasa saja	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Kadang mo	Setuju	Netral	Netral	Netral	Karena tid	Setuju	Netral	Netral
116	#	Silviani Hidayah	08353372	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah kar	Tidak Setu	Setuju	Netral	Setuju	Kalau ada	Setuju	Netral	Setuju
117	#	Khairul Maftuh Hidayat	08222593	Laki-Laki	24-25 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	1-2 Kali	Briva	Setuju	Setuju	Setuju	User Interf	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat, ka	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Selalu ada	Setuju	Setuju	Setuju
118	#	Mauliya Nandra Arif Fani	08572637	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah men	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Tokopedia	Netral	Setuju	Netral	Sangat Se	Tersediany	Setuju	Netral	Setuju
119	#	Rizal Ramdani	081779535	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sejauh ini	Netral	Netral	Netral	Sangat Se	Netral	Sangat Se	Netral	Netral	Netral	Sangat mo	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral
120	#	Fitri Indriyani	08587644	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah. Kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Ongkir yan	Setuju	Setuju	Setuju
121	#	Mohammad Veri Febryansyah	08222356	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Tampilan n	Netral	Netral	Setuju	Tidak Setu	Sangat Tic	Netral	Netral	Netral	Netral	Lumayan	Setuju	Setuju	Sangat Tic	Netral	Karena apl	Netral	Netral	Netral
122	#	Azhar Moussavi	08222732	Laki-Laki	24-25 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	memudahk	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	karena lebi	Setuju	Sangat Se	Netral	Setuju	memudahk	Setuju	Sangat Se	Sangat Se
123	#	Vina Mizykah Zaidah	085159713	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Menurut o	Netral	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Untuk saat	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena sto	Netral	Netral	Setuju
124	#	Fitrah Dhani Prianto	08574326	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Baik, karer	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Cukup mer	Netral	Netral	Netral	Setuju	Kepercaya	Netral	Setuju	Setuju
125	#	Muhammad Azman Zulfa	08366326	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Netral	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Iya, dikare	Netral	Netral	Netral	Netral	Dikarenak	Setuju	Netral	Setuju
126	#	Aqrifah	08564784	Perempuan	24-25 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Gopay	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah., kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya,, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Barang yai	Setuju	Setuju	Setuju
127	#	Sadilah setyaningsih	08587563	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Di tokope	Netral	Netral	Netral
128	#	Fuad Minan Zuhri	08572631	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Kalau peng	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Setuju	Nice, bany	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sebenarny	Netral	Netral	Netral
129	#	Sagita Agus Lestari	08353830	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Sudah	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah men	Netral	Netral	Netral	Netral	Dibelikan p	Netral	Netral	Netral
130	#	Khaulah Maratushcholikhah	08772736	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	E wallet	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, per	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat mo	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Karena bar	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
131	#	Eka Wahyuning Utami	081213421	Perempuan	24-25 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Mudah	Setuju	Setuju	Setuju
132	#	Iesti Rosita Amalia	08523184	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Setuju	Iya karena	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Setuju	Setuju	Iya karna b	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena cas	Setuju	Setuju	Setuju
133	#	Alicia Tri Yuliana	08232934	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Karena sen	Sangat Se	Setuju	Netral	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Yaa intinya	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Karena kal	Setuju	Setuju	Setuju
134	#	Alifudien Nur Rachma Aditya	08560235	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Sudah kar	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat mo	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Mudah dil	Setuju	Setuju	Setuju
135	#	Azka Nabilla	08570227	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Tidak Setu	gk pernah	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	mungkin di	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	gk pernah	Netral	Tidak Setu	Netral
136	#	SYAHDILLa Dewi Aziza	08223903	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, bag	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Cukup mer	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	karena ban	Setuju	Tidak Setu	Setuju
137	#	Dwi Nurman Saleh	08572547	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Baik, karer	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Sangat bu	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena tid	Netral	Netral	Netral
138	#	Opal baik	08783273	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Tidak Setu	Lumayan, c	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya terkada	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena ada	Setuju	Netral	Setuju
139	#	Putri Humairo	08587837	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	lumayan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya memba	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	lumayan	Setuju	Setuju	Setuju
140	#	Vigi susanto	08564266	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Ya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ketagihan	Setuju	Setuju	Setuju
141	#	Fikri Maulyda	08525325	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Sudah wal	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Karena mu	Setuju	Netral	Setuju
142	#	Naeni Indah Nurlita	081353531	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Iya sangat	Netral	Netral	Netral	Setuju	Situasnya m	Netral	Netral	Setuju
143	#	Findi Auliya Fatikhah	08356058	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	sudahh kar	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	iya lengkap	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	banyak dis	Setuju	Setuju	Setuju
144	#	Ariza Findianingsih	081578733	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Transaksi l	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Fiturnya m	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Transaksi l	Setuju	Setuju	Setuju
145	#	Maulida Nurul Zaeniyah	08820085	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Lumayan, k	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Diskon yar	Setuju	Setuju	Setuju
146	#	Agung Nova Rianto	08564333	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Sudah. Kec	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	-	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Netral	-	Netral	Netral	Netral
147	#	Putri kohar	08366555	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Sudah bail	Netral	Netral	Netral	Sangat Se	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Iya, karena	Netral	Netral	Setuju	Netral	Karena di t	Setuju	Setuju	Setuju
148	#	Farkhan Sya'bani	08384477	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, bar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Ya, terdap	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Produknya	Setuju	Sangat Se	Setuju
149	#	Wahyu Kholif Romadhon	081315521	Laki-Laki	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah kar	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju
150	#	Melita	081575808	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Belum, kar	Netral	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Tidak, kar	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Tidak pern	Netral	Netral	Netral
151	#	Ficky Syifa Janani	08552630	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah lum	Netral	Sangat Se	Tidak Setu	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Sudah cuk	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Banyak gr	Netral	Netral	Netral
152	#	Septina Rahma Marsilia	08772907	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Sudah, kar	Sangat Se	Netral	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Ya memba	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Netral	Karna di sk	Setuju	Netral	Setuju
153	#	Ufairoh Asma Qoni'ah	8.1E+10	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	sudah, bar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	iyaa, karna	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	hasilnya sa	Sangat Se	Setuju	Sangat Se
154	#	Maya Sarofah	08363052	Perempuan	24-25 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Gratis ong	Setuju	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Belum terl	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Voucher	Netral	Netral	Netral
155	#	Restu prihatiningsih	08363071	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Membantu	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Netral	Barangnya	Setuju	Setuju	Setuju
156	#	Fenita Riyanti	08570073	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Sudah	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Setuju	Netral	Netral	Tidak Setu	Netral	Netral	Barang yg	Netral	Netral	Netral
157	#	mirza	08232473	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Tidak Setu	tidak, proc	Netral	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	sedikit mer	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	beberapa l	Netral	Setuju	Setuju
158	#	Nur Kholifah	08362548	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat mo	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Karena har	Setuju	Setuju	Setuju
159	#	Sri Meilani	085157578	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Belum, kar	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Iya, cukup	Tidak Setu	Setuju	Netral	Netral	Hanya ingi	Setuju	Netral	Setuju
160	#	Luthfi Afiatunnisa Tharikh Putuse	08122361	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Tidak Setu	Setuju	Tidak Setu	Setuju	Karena pel	Setuju	Setuju	Setuju
161	#	Qurrotul	08782646	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Belum terl	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Tidak Setu	Setuju	Netral	Netral	Karna ingir	Netral	Netral	Netral
162	#	Muna Nadhifa Zakiya	08564022	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Tokopedia	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, tokop	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
163	#	Azkiyah	08525333	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah kar	Netral	Netral	Netral	Setuju	Tentunya h	Setuju	Setuju	Setuju
164	#	Desy	08578282	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Gopay	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sudah, kar	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Sangat Se	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Memenuhi	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Tidak Setu	Ada cashb	Setuju	Setuju	Sangat Se
165	#	PURNA AJI JATMIKO	08213246	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Karena ken	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kemudahar	Setuju	Setuju	Setuju
166	#	Arifah Nur Azizah	08375803	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Sangat Se	Setuju	Setuju	Ya	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Ya	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah	Netral	Setuju	Setuju
167	#	Dian Aprianti	08522503	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, bar	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Ya, mudah	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Barang ya	Setuju	Setuju	Setuju

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli L ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:35 AM 1/17/2023

Page 5 Page 7 Page 4

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 Transfer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
169	#	Nana Aulia	'08795535	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 1.000	>2 Kali	Sopipay	Netral	Netral	Netral	Sudah cuk	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Iya	Netral	Netral	Netral	Netral	Tidak ada	Netral	Netral	Netral
170	#	Mufashshal Mima	'08956161	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Banyak ba	Setuju	Setuju	Setuju
171	#	Riko Fernanda	'08517304	Laki-Laki	24-25 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	iya sudah,	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	sangat mo	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Kemudahan	Setuju	Setuju	Setuju
172	#	Sofiyatun Nisa	'08574088	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Sudah cuk	Netral	Netral	Netral	Tidak Setu	Netral	Setuju	Netral	Tidak Setu	Netral	Sudah cuk	Netral	Netral	Netral	Netral	Belum pern	Netral	Netral	Netral
173	#	Debbie Ivy	'08578225	Perempuan	24-25 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Filter b	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Banyal	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya. Barang	Setuju	Setuju	Setuju
174	#	Halfa Nida Faatzar	'08953443	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Gopay	Sangat Se	Setuju	Netral	Ya. Karena	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Ya. Karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena sel	Netral	Netral	Netral
175	#	Vira Rahma Yuliani	'08132430	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Sangat Se	Setuju	Baik, kemu	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Banyaknya	Setuju	Setuju	Setuju
176	#	Nabila Salma Kirana	'08571267	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Baik, karer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya setuju,	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Karena pol	Sangat Se	Netral	Sangat Se
177	#	Fatma Fitriya	'08954115	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Belum terl	Netral	Netral	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Tidak, kare	Sangat Tic	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Murah	Netral	Netral	Netral
178	#	Nada Qurrota A'yun	'08376245	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Ngisi saldo	Netral	Netral	Setuju	Baik, karer	Netral	Netral	Netral	Setuju	Sangat Se	Netral	Setuju	Netral	Netral	Iya setuju,	Sangat Tic	Setuju	Setuju	Setuju	Karena pol	Netral	Netral	Netral
179	#	Audry Adiananta	'08772843	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	e-wallet	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Sudah, inte	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat me	Sangat Se	Netral	Netral	Netral	Mudah dig	Netral	Netral	Netral
180	#	Azizah Luthfi Nur Utami	'08586681	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Sudah. Per	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Benar, sem	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Transaksi	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
181	#	Choirul Anisa	'08139074	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Gopay	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Baik karen	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat me	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Karena bar	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
182	#	Herlinda Sekarsari	'08999023	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Memenuhi	Netral	Netral	Netral	Setuju	Mudah di	Setuju	Netral	Netral
183	#	Thabrany Makmur Noerama	'08213428	Laki-Laki	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat bai	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat me	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Kebetulan	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
184	#	Syifa Uswatun Nisa	'08770839	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	User interf	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Sangat Se	Biasanya a	Setuju	Setuju	Setuju
185	#	Rafena Salsabila	'08310410	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, menuru	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Ya, menuru	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena fitu	Setuju	Netral	Netral
186	#	Herlina	'08771234	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Baik, karer	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena pu	Netral	Netral	Netral
187	#	Resya Intan	'08225206	Perempuan	24-25 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.000	>2 Kali	Credit Car	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sudah san	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat me	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Karena ken	Setuju	Setuju	Sangat Se
188	#	Ahmad Fawaid Al Mubdiu	'08880669	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Baik, karer	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Netral	Netral	Setuju	Jarang, ka	Setuju	Netral	Setuju
189	#	Emi Amalia	'08562773	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya, karena	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya, karena	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Banyak pr	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
190	#	Caca Nurdianto	'08579343	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Belum peri	Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	netral	Tidak Setu	Netral	Netral	Tidak Setu	barang ba	Netral	Netral	Netral
191	#	FERLY ADITYA EKA CAHYANI	'08234167	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Sangat Se	Ya, alhamd	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Lumayan, a	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
192	#	UCI REZA OKTAVIANI	'08387789	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Setuju	Netral	Tidak Setu	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Sangat me	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	Gratis ong	Setuju	Netral	Setuju
193	#	Laeli Ismiyati	0857-1248	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Lewat Alfa	Setuju	Netral	Netral	Ya kadang	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Karena apl	Setuju	Setuju	Setuju
194	#	Kamila Aufa nida	'08366363	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Gopay	Setuju	Setuju	Netral	iya karena	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	iya karena	Netral	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	banyak pro	Setuju	Setuju	Setuju
195	#	Adam Fanny	'08587600	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah cuk	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	cukup mem	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	tampilan y	Setuju	Setuju	Setuju
196	#	Alfina Khoirinnisa	0813 9284	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, barang	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Iya, semua	Netral	Netral	Netral	Netral	Untuk pem	Setuju	Setuju	Setuju
197	#	Salsabila Mudzakir	'08779235	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, menuru	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena sen	Setuju	Setuju	Setuju
198	#	Restu Marliansyah	'08386121	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Tokopedia	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Netral	Setuju	Setuju	Dengan be	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Hanya kare	Setuju	Setuju	Setuju
199	#	Rosyida Nur F	'08542811	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 2.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, bar	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Terkadang	Setuju	Setuju	Setuju
200	#	Citra Dewi Fatimah	'08880669	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, produ	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Karena Tol	Setuju	Netral	Setuju
201	#	Syarifa Dwi Yuniarti	'08139240	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, bar	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Ya memba	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Promo gra	Setuju	Setuju	Setuju
202	#	Adil Nisa Fadilah	'08570101	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Baik, fitur	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Ya, aplikas	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Pelayanan	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
203	#	Bengkel Statistik (www.bensta	'08578178	Laki-Laki	24-25 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.000	>2 Kali	Transfer	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sudah, apl	Sangat Se	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	setuju, kar	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	fitur lengk	Sangat Se	Setuju	Setuju
204	#	Umniyatun Sholihah	'08613973	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, say	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, merek	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
205	#	Muhammad Sidiq Pambudi, S.Pd	'08564022	Laki-Laki	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, sek	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ada gratis	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sudah terb	Setuju	Setuju	Setuju
206	#	Siti Rokhayatun	'08587054	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tokopedia	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Kualitas b	Setuju	Setuju	Setuju
207	#	Ar Lathif Syamjaya	'08135773	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Saya tidak	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Kata temer	Netral	Netral	Netral	Netral	Saya belun	Netral	Netral	Netral
208	#	Nur khasanah	'08579285	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, pel	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena pel	Netral	Netral	Netral
209	#	yulia faiqoh	'08231349	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Ovo	Setuju	Setuju	Setuju	sudah	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	mudah, ce	Setuju	Netral	Netral
210	#	Nur Rohmah Juni Indah Lestari	'08588684	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sangat	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena ken	Setuju	Setuju	Setuju
211	#	Ani Astuti	'08383707	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Baik, karna	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena dar	Setuju	Setuju	Setuju
212	#	M. Agriawan Satria Utama	'081215310	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.000	1-2 Kali	Transfer	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Belum, kar	Sangat Tic	Sangat Se	Netral	Sangat Se	Netral	Netral	Tidak Setu	Sangat Tic	Sangat Se	Sangat me	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Tic	Karena mu	Netral	Netral	Netral
213	#	Khoerun Nisa	'08366705	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Konsumen	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena fitu	Setuju	Setuju	Setuju
214	#	Regina HR	'08365473	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	sudah, kar	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	cukup mem	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Karena ken	Setuju	Setuju	Setuju
215	#	Alif	'08522840	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	OVO	Netral	Setuju	Netral	sebagai w	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	sangat set	Netral	Netral	Netral	Setuju	pastinya k	Setuju	Setuju	Setuju
216	#	Nurwidya Isna Devi	'08788343	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat.. k	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Sangat Se
217	#	Almira Dea Fattarizka	'08222031	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Alfamart	Setuju	Netral	Setuju	Sudah cuk	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya. Karena	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Karena tid	Setuju	Setuju	Sangat Se
218	#	Mukhamad Sholeh Pamungkas	'08954116	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Gopay	Setuju	Setuju	Setuju	Tokopedia	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Segala keb	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Promo cas	Setuju	Setuju	Setuju
219	#	Lina Dhiya	'08132965	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaaaa	Netral	Netral	Netral	Netral	Kualitas b	Netral	Netral	Netral
220	#	Rosadisbas51@gmail.com	'08586612	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Banyak di	Setuju	Setuju	Setuju
221	#	Ferdiansyah Lubis	'08586923	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	baik	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	aman semu	Netral	Netral	Netral	Netral	murah	Setuju	Setuju	Netral
222	#	Sri Mulyani	'08383358	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	mudah dig	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
223	#	Ade Urfan Prayoga Rifai	'08572603	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Dari segi k	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	1. Kalau me	Setuju	Netral	Netral
224	#	Annisa Barokah	'08516115	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	iya sudah k	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	tentu saja i	Netral	Netral	Netral	Setuju	Banyak pr	Setuju	Setuju	Setuju

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli L ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:36 AM 1/17/2023

Page 4 Page 7 Page 8 Page 5

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 Transfer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
225	#	Rifqi Naufan Ali	'08963331	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Kemudahan	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Tidak Setu	Sangat Se	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Lebih mud	Setuju	Netral	Setuju
226	#	Afif Afkari	'08580066	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	Saya belun	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Belum peri	Netral	Netral	Netral
227	#	Ratna Hayu P	'08312826	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Iya apalagi	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Netral	Netral
228	#	Nofi Astutisari	'08574772	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaa, semu	Netral	Netral	Netral	Setuju	Banyak pr	Sangat Tic	Setuju	Netral
229	#	Ibrahim Hasan	'08953773	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Karena mu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Karena bis	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena bis	Setuju	Setuju	Setuju
230	#	Akhmad farhan zein	'08139279	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Banyak gr	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Banyak pil	Netral	Netral	Netral	Netral	Biar dapat	Setuju	Netral	Netral
231	#	Sellyna	'08532702	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena suk	Setuju	Setuju	Setuju
232	#	Alin Sulastri	'08586876	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Tidak Setu	Belum, kar	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Sangat me	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Harganya r	Netral	Tidak Setu	Netral
233	#	Binti Farikhah	'08232583	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Sangat Se	Sudah kare	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena mu	Setuju	Setuju	Setuju
234	#	Niko	'08122780	Perempuan	24-25 Tah	Dosen	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Ya sesuai l	Netral	Netral	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Ya banyak	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Mudah mu	Setuju	Setuju	Setuju
235	#	Windi Indar Wiliana	'08371447	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya sudahP	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	YaHampir	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Kemanan b	Setuju	Netral	Setuju
236	#	Wiwin widiyanti	'08157584	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Ya karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Terdapat b	Sangat Se	Setuju	Setuju
237	#	Dhuha Hanif Bahtiar	'08139362	Laki-Laki	21-23 Tah	Freelance	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sudah. Kar	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Karena CS	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Karena Gra	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
238	#	Wulan Khurnia	'08213740	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Setuju	Sudah, kua	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Netral
239	#	Milenia wike sri wulandari	'08122784	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Baik ,	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Sangat me	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Banyak ba	Netral	Netral	Netral
240	#	Syeful Akrom	'08531264	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Tokopedia	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Karena mu	Setuju	Setuju	Setuju
241	#	Septi Muslimah	'08812609	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Tidak Setu	Ya, mudah	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, banyak	Netral	Setuju	Netral	Netral	Mudah dan	Setuju	Netral	Netral
242	#	Yatah rifqi romadloni	'08572627	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Melakukan	Netral	Setuju	Netral	Lumayan u	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setu	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Lumayan u	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Mudah dic	Setuju	Netral	Netral
243	#	Salsabila Aulia Putri	'08823324	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Sudah, fitu	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah fitu	Netral	Setuju	Setuju
244	#	Rifa Arifah	'08571543	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Iya, kemud	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Betul, sem	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Kemudahan	Setuju	Setuju	Setuju
245	#	Nurul Aulia Rahma	'08128431	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
246	#	Sifa Yuniar Wijayanti	'08583005	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaa betull	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena bar	Netral	Netral	Netral
247	#	Muhammad Safik Al Basthi	08356346	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	kurang tau	Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	iya, karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Tidak ada	Setuju	Netral	Setuju
248	#	Nafiz Muhtar Alfaqih	08564185	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	mungkin a	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	mungkin k	Netral	Netral	Netral
249	#	Kholifatun Aniza	08956061	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Sangat Se	Setuju	Setuju	ya	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	barangnya	Setuju	Setuju	Setuju
250	#	Merliana Susanti	08133777	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Baik, karna	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, sangat	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	tanggungj	Setuju	Netral	Netral
251	#	Sinta Faiqotur Rahmah	08394736	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Cukup bail	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Netral	Netral	Setuju	Kurang tau	Netral	Netral	Netral
252	#	Firliana Kania Shafa	08384343	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, dal	Netral	Setuju	Netral	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Iya	Netral	Netral	Setuju	Netral	Karena mel	Setuju	Setuju	Setuju
253	#	Naili Nur Maulidiyah	08816407	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sudah. Har	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat me	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena spl	Setuju	Setuju	Setuju
254	#	Lidafni Khoriatun	08570030	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Netral	Gabut	Setuju	Setuju	Netral
255	#	Ananda Rizki Setiawan	08351618	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Sudah	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena mu	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena sal	Setuju	Setuju	Setuju
256	#	Muhammad Krisna Fahrudin	08822964	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Setuju	Tidak Setu	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Mungkin s	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Saya memb	Netral	Netral	Netral
257	#	Aruni Mutia hanum	08571306	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Ewallet	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Kurang, ka	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Sudah kare	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Waktu itu	Setuju	Netral	Netral
258	#	Hanan Faizal Ghani	08211133	Laki-Laki	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Netral	Karena Tol	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Untuk Tok	Netral	Netral	Netral	Netral	Yang pert	Netral	Setuju	Setuju
259	#	Kiki Azkiyah	08385000	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Dompet di	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya, karena	Netral	Setuju	Netral	Sangat Se	Promo gra	Sangat Se	Sangat Se	Setuju
260	#	Afifah	08586954	Perempuan	18-20 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	saya memil	Netral	Setuju	Tidak Setu	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Netral	iya.	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	karena saa	Netral	Netral	Netral
261	#	Fina Zakiah	08224258	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena leb	Netral	Netral	Netral
262	#	Tiara Misti indriani	08821557	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, sangat	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, sangat	Netral	Netral	Netral
263	#	Kholif Dinggar Ramadhan	08570057	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Sangat Tic	Sudah cuk	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Netral	Netral	Netral	Cukup mer	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena har	Netral	Netral	Netral
264	#	Mukhamad imam ngali	08139229	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Belum peri	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Sangat me	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Belum peri	Netral	Netral	Netral
265	#	Hanna Hanifah	08783667	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	iya sudah,	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	iya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Banyak pe	Setuju	Setuju	Setuju
266	#	Bella Pertiwi Aga Asokawati	08586510	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	iya, prose	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	iya, karena	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	perbandin	Setuju	Setuju	Setuju
267	#	Aufa Ni'maturrahmah	08570058	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Sudah. Tol	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Setuju	Barang yai	Setuju	Setuju	Setuju
268	#	Aulia Fajriyatul Husna	08232817	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Sudah, kar	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tentu saja	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena bar	Netral	Netral	Setuju
269	#	Meli	082311754	Perempuan	21-23 Tah	Belum bek	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Diskon be	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Ya	Netral	Netral	Netral	Setuju	Diskon yar	Setuju	Netral	Setuju
270	#	Lulu Mungaliyatun Maidah	08532637	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Fitur yang	Setuju	Setuju	Setuju
271	#	Citra tri junior	08821576	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Via alfama	Netral	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tentu saja,	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena mu	Setuju	Setuju	Setuju
272	#	Kuni Muhtaromatul Khofifah	08816638	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Yaa, karen	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaaa, kare	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena mu	Setuju	Setuju	Setuju
273	#	Tri Inayah	08312814	Perempuan	21-23 Tah	Wirausaha	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Iya, paket	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Iya, mudah	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Produknya	Setuju	Setuju	Setuju
274	#	Nurya Uswatun Khasanah	08560239	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, ketika	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Merasa pu	Setuju	Setuju	Setuju
275	#	Lutfi Lukmantoro Romadhon	08125993	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya tentu k	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya lebih ef	Tidak Setu	Setuju	Tidak Setu	Setuju	Murah	Setuju	Setuju	Setuju
276	#	Puji Lestari	08560018	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sudah .	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya memba	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena sek	Setuju	Setuju	Setuju
277	#	Hanifah Oktikasari	08139034	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Cukup bail	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Cukup mer	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Karena har	Setuju	Netral	Setuju
278	#	Muhammad Fahmi Ismaini	08147703	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	ya, kualitas	Netral	Netral	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	ya, untuk m	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	untuk bara	Setuju	Setuju	Setuju
279	#	Muhammad Khoirunnaza Azaman	08224264	Laki-Laki	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Ya dengan	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya sangat	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ongkir mu	Setuju	Setuju	Setuju
280	#	Shofi Aisyatu Sakar	08821570	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Via indom	Setuju	Setuju	Setuju	Belum, kar	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Tidak, kare	Sangat Tic	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak meb	Setuju	Setuju	Setuju

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli L ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:36 AM 1/17/2023

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 Transfer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
283	#	Dena Virnalia Indriyanti	'08574374	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Lumayan, t	Tidak Setu	Netral	Netral	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup, kar	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Diskon dan	Setuju	Setuju	Setuju
284	#	Luluul Jannah	'08990675	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut p	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Karena dis	Netral	Netral	Netral
285	#	Ibnu Fajar Al Had	'08121366	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Lumayan c	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena ter	Setuju	Setuju	Setuju
286	#	Siti Fatimah	'08213572	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Sudah,kare	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya ,mampu	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Mudah	Setuju	Setuju	Setuju
287	#	Novita Setyo Putri	'08586815	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Untuk toko	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaa sanga	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karna aplik	Setuju	Setuju	Setuju
288	#	Gatas Anugrah Bhakti Pertiwi	'08966561	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Sangat Set	Setuju	Netral	Ya sudah,	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Ya sangat	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Barangnya	Setuju	Setuju	Netral
289	#	Ristania Rahayu	'08774759	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
290	#	NUR FADILLAH	'08532937	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Belum kare	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Iya, karena	Netral	Setuju	Netral	Netral	Karena bar	Setuju	Netral	Setuju
291	#	Karisma Fransiska	'08526812	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Aplikasi m	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Barang sel	Setuju	Setuju	Setuju
292	#	NUGRA AGUNG PRATAMA	'08121783	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena pro	Netral	Setuju	Netral
293	#	Teguh Pamungkas	'08564064	Laki-Laki	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Netral	Netral	Netral	Karena mu	Netral	Netral	Netral
294	#	Laely	'08578677	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Ya sudah,	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Cukup mer	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena mu	Netral	Netral	Netral
295	#	Nurul Maulidah	'08525357	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Belanja di	Netral	Setuju	Netral
296	#	Nur Aisyah	'08966935	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, di Tok	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena Tol	Netral	Netral	Netral
297	#	Geo aghni bintang sukono	'08312376	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Netral	Ya.. karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, karena	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Banyak pr	Netral	Netral	Netral
298	#	Kenci Murtianingsih	'08560190	Perempuar	21-23 Tah	Pegawai S	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Belum, leb	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Iyaa	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Karena pro	Netral	Netral	Tidak Setu
299	#	Zidan Ariqqi	'08581615	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Tergantun	Netral	Netral	Netral	Belum tent	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Belum... K	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Belum pen	Setuju	Setuju	Setuju
300	#	Siti Rofiah Syahbani	'08570278	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Netral	Ya sudah,	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Iya, lebih m	Netral	Netral	Netral	Netral	Sedang ad	Setuju	Netral	Netral
301	#	Gareen Aldhra Joerliswan	'08560077	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Iya, karena	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena apl	Netral	Setuju	Setuju
302	#	Felani Herining Tyas	'08953321	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah kare	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena mu	Netral	Sangat Set	Setuju
303	#	Nofita Anjar Utami	'08587510	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Setuju	Netral	Setuju	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Setuju	Produk da	Setuju	Netral	Setuju
304	#	Iqrar Abdul Halim	'08772126	Laki-Laki	21-23 Tah	Wirausaha	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Barangnya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Mungkin	Netral	Setuju	Netral	Netral	Barangnya	Netral	Netral	Netral
305	#	Asri lestari	'08515667	Perempuar	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah..kar	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iya..karena	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Karena apl	Setuju	Setuju	Sangat Set
306	#	DENTI OKTAVIANIS NUTHFA	'08587539	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	cukup baik	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	membantu,	Netral	Netral	Netral	Netral	pengirimar	Netral	Netral	Netral
307	#	Muhammad Azmi	'08515658	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Baik, first	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Yoi	Netral	Netral	Netral	Netral	On time	Netral	Netral	Netral
308	#	Harits Muhammad Azzam	'08965238	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Sudah cuk	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Tidak Setu	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
309	#	Dani Dliyaul Haq	'08968524	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Ga pernah	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Membantu	Netral	Netral	Netral	Netral	Mudah	Netral	Netral	Netral
310	#	Ana Fatikhatun Najikha	'08132712	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Insyaallah	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sangat	Netral	Netral	Netral	Netral	Barang ba	Setuju	Setuju	Setuju
311	#	Maajid Helmi Yusup	'08522638	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Saya lumay	Netral	Netral	Netral	Sangat Set	Setuju	Netral	Netral	Tidak Setu	Netral	dalam hal r	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
312	#	Afifah Ibnu Abdillah	'08587700	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena har	Setuju	Setuju	Setuju
313	#	Celia A	'08963026	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Yaaps bet	Sangat Set	Setuju	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Ya, karena	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Sangat Set	Karena dar	Sangat Set	Setuju	Setuju
314	#	Raihan	-	Laki-Laki	24-25 Tah	Wirausaha	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Alhamdulil	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup mer	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Karena sej	Setuju	Setuju	Setuju
315	#	Difa Ibnu Sabil	'08387839	Laki-Laki	24-25 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	sudah	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	sangat mer	Netral	Netral	Netral	Netral	netral	Netral	Netral	Netral
316	#	Jasim	-	Laki-Laki	24-25 Tah	Wirausaha	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah kare	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena sel	Setuju	Setuju	Sangat Set
317	#	Muhammad Mutsaqqif	'08122935	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat bai	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Ya. Tokop	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Adanya gr	Setuju	Setuju	Setuju
318	#	Bambang	'08523019	Laki-Laki	24-25 Tah	Wirausaha	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Banyak fit	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iya membo	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena mu	Setuju	Setuju	Sangat Set
319	#	Dwi Intan Pandini	'08590020	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Sudah, kar	Sangat Set	Setuju	Sangat Se	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Iya, karena	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Set	Karena bar	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set
320	#	Ilham	'08888888	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Netral	Engga, pro	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Engga,,pro	Setuju	Tidak Setu	Netral	Netral	Sudah say	Netral	Setuju	Netral
321	#	Chintia Putri Utami	'08383055	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Tidak setu	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Setuju	Karena bar	Netral	Setuju	Netral
322	#	Usman maulana	'08581317	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Sangat Set	Sangat Set	Netral	Menurut s	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Membantu	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iya, karena	Sangat Set	Sangat Set	Setuju
323	#	Miftakhurohman	'08222504	Laki-Laki	28	Pegawai S	Rp. 1.000	>2 Kali	Ewallet/dc	Setuju	Netral	Setuju	Ya, seperti	Netral	Tidak Setu	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Iya, kalau u	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Lebih terp	Setuju	Netral	Netral
324	#	Elsafira Eka Rahmawati	'08153527	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Menurut s	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup mer	Tidak Setu	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Karena kek	Setuju	Setuju	Setuju
325	#	Fierna Bella Marsyanata	'08310281	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Iyaaa	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Banyak dis	Setuju	Netral	Setuju
326	#	Anisa Putri Amalia	'08386317	Perempuar	21-23 Tah	Wirausaha	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Netral	Netral	Netral	Setuju	Sejujurnya	Netral	Netral	Netral
327	#	Cika Eldianti	'08353589	Perempuar	24-25 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah dan	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Menyedisk	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah tra	Setuju	Setuju	Setuju
328	#	Khoirun Nisa	'08953575	Perempuar	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	iya	Netral	Netral	Netral	Netral	tidak	Netral	Netral	Netral
329	#	Muhammad Afiq Abdurrosyid	'08582661	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Baik, karer	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	Barangnya	Netral	Netral	Netral
330	#	Mohammad Irfa'i	'08590046	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Baik, karer	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah tra	Setuju	Setuju	Setuju
331	#	Afiffah Syauqi Q.A	'08963623	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	iya, karena	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	iya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	karena pro	Setuju	Netral	Setuju
332	#	Wulan Azzahra	'08880630	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, tok	Sangat Set	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Sangat Set	Setuju	Sangat set	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah dan	Setuju	Sangat Set	Sangat Set
333	#	Afifah Dyan Nurlaili	'08966610	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Iya baik,ke	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set	Setuju	Iya membo	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Set	Metode p	Sangat Set	Sangat Set	Sangat Set
334	#	Azharul Kamala	'08962046	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Yaa, sudah	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Maybe iya	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Karna peng	Setuju	Setuju	Netral
335	#	Vivin Viollyn	'08132538	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Sudah. Sel	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Memuaska	Setuju	Setuju	Setuju
336	#	Ali Rafi Ahdan	'08953012	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	Baik, Karna	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Set	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	iyaaa berb	Netral	Netral	Netral	Setuju	brand pro	Setuju	Setuju	Setuju
337	#	Sabrina Febri	'08353263	Perempuar	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Setuju	Gratis bek	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Tokopedia	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	mayoritas	Setuju	Setuju	Netral
338	#	Annisa Fairi	'08967345	Perempuar	21-23 Tah	fresh grad	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, apa	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, ser	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena pol	Netral	Netral	Setuju

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli L ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:36 AM 1/17/2023

Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Beli Ulang Aplikasi Tokopedia dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Jawaban).xlsx - Excel

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help Share

I11 Transfer

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
332	#	Wulan Azzahra	'08880630	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, tok	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat set	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Mudah dai	Setuju	Sangat Se	Sangat Se
333	#	Afifah Dyan Nurlaili	'08366610	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Iya baik,ke	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Iya memba	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Metode p	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se
334	#	Azharul Kamala	'08362046	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Yaa, sudah	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Netral	Maybe iya	Tidak Setu	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Karna peng	Setuju	Setuju	Netral
335	#	Vivin Viollyn	'08132538	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Sudah. Sel	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Memuaska	Setuju	Setuju	Setuju
336	#	Ali Rafi Ahdan	'08953012	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Setuju	Baik, Karn	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	iyaaa berb	Netral	Netral	Netral	Setuju	brand pro	Setuju	Setuju	Setuju
337	#	Sabrina Febri	'08953265	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Setuju	Gratis bel	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Tokopedia	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	mayoritas	Setuju	Setuju	Netral
338	#	Annisa Fajri	'08367945	Perempuan	21-23 Tah	fresh grad	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, ap	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, sep	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena pe	Netral	Netral	Setuju
339	#	Ini iska ya	'08586763	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Tergantun	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Tidak kare	Netral	Netral	Netral	Netral	Klo ada pr	Netral	Netral	Netral
340	#	Khusnul Khotimah	'08353384	Perempuan	24-25 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	iya sangat	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	karen apen	Setuju	Setuju	Setuju
341	#	FITA AGUS TRIYANI	'08136123	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Banyak vo	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Fiturnya m	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Percaya	Sangat Se	Setuju	Sangat Se
342	#	Devisna Ririn Fathonah	'08132565	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Lumayan b	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena Tol	Setuju	Setuju	Netral
343	#	Ina Safinatun Najah	'08177640	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena ter	Netral	Netral	Netral
344	#	Zahra Lintang Nur Janah	'08361850	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Saya kuran	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Mungkin s	Netral	Setuju	Netral	Netral	Saya tidak	Setuju	Netral	Netral
345	#	Ghaefira Zulfa	+62882-2	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Sudah kare	Setuju	Netral	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya dgn me	Netral	Netral	Netral	Netral	Ya karena	Netral	Netral	Netral
346	#	Muffi Taofah	'08882633	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Tidak Setu	Belum kare	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Setuju	Mungkin u	Setuju	Netral	Tidak Setu
347	#	ABID RAHMATULLAH	'08823331	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Netral	Telah men	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	Sudah sen	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena pel	Netral	Netral	Tidak Setu
348	#	Zein Ma'arif	'08176463	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Menurut s	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Ya benar,	Netral	Setuju	Netral	Netral	Mungkin d	Netral	Setuju	Netral
349	#	Berliani Putri	'08779272	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Mempunys	Setuju	Setuju	Setuju
350	#	Farah Fauziah sahda	'08310398	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup bail	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sangat	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
351	#	Hijrah Iqbal Saputra	'08366556	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Ya, menuru	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Ya karena	Setuju	Setuju	Netral
352	#	Ardha risqinanda asidqia	'08531414	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Baik, karer	Netral	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Ya, karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Karena me	Netral	Netral	Setuju
353	#	Ibnu Fauzi	'08584822	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Ya, karena	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Tidak Setu	Setuju	Netral	Tidak Setu	Netral	Ya, untuk t	Sangat Tic	Netral	Tidak Setu	Netral	Koneksi y	Netral	Netral	Netral
354	#	Muhammad Umar Izzul Haq	'08588045	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Lewat uang	Setuju	Setuju	Sangat Se	Ya sudah,	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Ya sangat	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Karena ken	Setuju	Netral	Setuju
355	#	Ratna Handayani	'08570227	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Sudah. Kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Ya, karena	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena per	Setuju	Netral	Netral
356	#	Dish Tri Lestari	'08564306	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Netral	Menurut s	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena pro	Setuju	Setuju	Setuju
357	#	nadlul muna	'08354219	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	sudah, karr	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Setuju	setuju	Tidak Setu	Netral	Tidak Setu	Netral	lebih mudo	Tidak Setu	Netral	Netral
358	#	Muhammad Zhunizhar Aulia Rahm	'08351426	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Netral	Sudah, kar	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Netral	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Terdapat b	Setuju	Netral	Sangat Se
359	#	Muhamad alvi lutfiansyah	'08520374	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Sangat Se	Sudah, kar	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Iya, karena	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karena suc	Netral	Netral	Netral
360	#	Adeliana Sekar Mufidah	'08571206	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Setuju	sudah, pen	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	iya, karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	barang leb	Netral	Netral	Setuju
361	#	Nurazyifa Ari Amilia	'08563436	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	Blm tentu,	Setuju	Netral	Netral	Sangat Se	Netral	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Karena bia	Setuju	Setuju	Setuju
362	#	Arsy Nasrah Maulidia	'08584230	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Netral	Setuju	sudah,pen	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setu	Setuju	setuju,cara	Netral	Netral	Netral	Setuju	pengirimar	Setuju	Setuju	Setuju
363	#	Rozan Taufiqurrahman	'08823874	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Ya, karena	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Iya, karena	Netral	Netral	Tidak Setu	Tidak Setu	Hanya ingin	Setuju	Setuju	Netral
364	#	Anggit Puji Mustofa	'08356223	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sudah.	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	InsyaAllah	Setuju	Setuju	Setuju
365	#	Wan Adib Akmal Firmansyah	'08353772	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	-	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Netral	-	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	-	Setuju	Setuju	Setuju
366	#	Kaisar Abu Bakar	'08783733	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudahh, ka	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaaa, karen	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karena ser	Setuju	Setuju	Setuju
367	#	Ana Fitrotun Nisa	'08213480	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Sangat Se	Setuju	Tentu, apa	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Karena bia	Setuju	Setuju	Setuju
368	#	Sibli Abriya Absyar	'08224533	Laki-Laki	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Alasannya	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	sangat mer	Netral	Netral	Netral	Setuju	Adanya pr	Setuju	Setuju	Setuju
369	#	Nadea Putri Precila	'08773710	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya karena	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Kemudahan	Setuju	Setuju	Setuju
370	#	Irma Nurdiana	'08956064	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	> Rp. 2.00	1-2 Kali	COD	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sudah, bar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Benar, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Benar, mur	Sangat Se	Sangat Se	Setuju
371	#	Firda irlianti datu	'08353303	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karna c	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iyaa betul,	Netral	Netral	Netral	Setuju	Karna mud	Netral	Setuju	Setuju
372	#	Mugi Lestari	'08213327	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Netral	Netral	Dalam beb	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Netral	Cukup mer	Tidak Setu	Netral	Netral	Setuju	Saat di sit	Setuju	Netral	Setuju
373	#	Arikunto Tegar	'08532543	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Sudah karc	Sangat Se	Netral	Setuju	Netral	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Cukup kar	Netral	Setuju	Netral	Netral	Aplikasi ya	Setuju	Setuju	Setuju
374	#	Aisyah Nur Izah	'08213362	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Netral	Setuju	Setuju	Netral, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Ya memba	Netral	Netral	Netral	Netral	Karena har	Setuju	Setuju	Setuju
375	#	Anisa Agustin	'08578055	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	>2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah karr	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya sangat	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Karna harg	Setuju	Setuju	Setuju
376	#	Qu'isya tanay tjitha pradani	'+6289670	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Gopay	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Sangat kk	Netral	Setuju	Setuju	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Netral	Netral	Membantu	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Krn barang	Setuju	Sangat Se	Sangat Se
377	#	Assyifa Nurul Izati	'08783305	Perempuan	21-23 Tah	Pegawai S	Rp. 1.000	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah,	Sangat Se	Sangat Se	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Betul, karn	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Barang ori	Setuju	Setuju	Setuju
378	#	Ajeng Nur Annisa	'08232855	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Netral	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, karena	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Karena bar	Setuju	Setuju	Setuju
379	#	Atena Ikmalia Pasa	'08380706	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Setuju	Ya, karena	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Ya, karena	Netral	Netral	Setuju	Setuju	Karena per	Setuju	Setuju	Netral
380	#	Al mukmin	'08956064	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	> Rp. 2.00	>2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Netral	Cukup bail	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Se	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Membantu	Netral	Setuju	Netral	Netral	Ada prom	Sangat Se	Setuju	Tidak Setu
381	#	Eling kusumaningtyas	'08224162	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	COD	Setuju	Setuju	Setuju	Sudah, kar	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Iya	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Diskon	Netral	Setuju	Setuju
382	#	Alfin Bayu Pamungkas	'08224273	Laki-Laki	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Setuju	Netral	Netral	Biasa aja	Netral	Netral	Netral	Netral	Setuju	Tidak Setu	Tidak Setu	Netral	Netral	Biasa aja	Tidak Setu	Netral	Netral	Netral	Voucher d	Netral	Netral	Netral
383	#	Aisyah Rahmatika	'08122587	Perempuan	18-20 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Netral	Netral	Netral	Sudah	Netral	Netral	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Netral	Netral	Netral	Sangat me	Netral	Netral	Netral	Netral	.	Netral	Netral	Netral
384	#	Astelya Dea Gotrunada	'08310500	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	Rp. 1.000	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Menurut s	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat me	Netral	Setuju	Setuju	Setuju	Karen di T	Setuju	Setuju	Setuju
385	#	Puspita Rini	'08953770	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	>2 Kali	Transfer	Sangat Se	Setuju	Netral	Sudah. Kar	Setuju	Netral	Netral	Sangat Se	Netral	Netral	Netral	Netral	Netral	ya sangat.	Sangat Se	Setuju	Setuju	Netral	Karena bar	Netral	Netral	Setuju
386	#	Saptarini Elisa	'08564158	Perempuan	21-23 Tah	Mahasiswa	< Rp. 500	1-2 Kali	Transfer	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, nyaman	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Iya, nyaman	Netral	Setuju	Netral	Setuju	Ya nyaman	Netral	Netral	Setuju
387																															

Data Responden Khusna | Pengalaman Berbelanja | Kemudahan Transaksi | Sheet2 | Minat Beli L ...

Ready Scroll Lock Accessibility: Investigate 57%

24°C Berawan IND 5:36 AM 1/17/2023

Lampiran III Tabulasi Data Kuesioner

Tabulasi Data Kuesioner

Q1	Q2	Q3	X1	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	X2	Q13	Q14	Q15	Q16	Y	Q17	Q18	Q19	Z
4	4	4	12	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29	2	3	3	3	11	3	3	3	9
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	3	11	4	3	3	3	3	4	4	4	4	32	3	3	3	3	12	4	3	3	10
4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	3	4	4	4	3	3	3	31	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	3	4	3	4	14	3	4	2	9
4	5	4	13	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	4	4	5	4	17	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	5	5	5	5	4	4	39	4	5	4	5	18	4	4	5	13
3	4	3	10	4	3	4	4	5	5	4	4	4	37	2	3	3	3	11	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	3	3	4	12	4	3	4	11
3	3	4	10	4	4	4	3	5	5	3	5	4	37	3	4	4	4	15	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	2	5	11	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	3	3	3	11	3	3	3	9
5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	4	3	10	2	3	3	4	3	3	3	3	3	27	3	4	3	3	13	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28	3	4	4	4	15	3	3	3	9
4	4	3	11	4	4	4	5	5	3	3	3	5	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	3	4	11	4	3	4	4	3	4	3	4	3	32	3	3	3	4	13	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	11	4	4	4	5	4	4	4	4	3	36	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	4	10	3	4	3	3	5	5	3	3	4	33	3	2	3	4	12	4	4	4	12
3	4	3	10	3	2	3	3	4	4	3	2	3	27	1	3	3	3	10	4	4	3	11
5	3	5	13	5	3	3	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	4	3	10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	2	3	3	3	11	3	3	3	9
3	3	4	10	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34	3	3	4	4	14	3	3	3	9
3	2	3	8	4	4	3	4	4	5	5	4	4	37	5	4	4	4	17	5	4	4	13

4	4	3	11	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	3	9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	4	3	4	14	3	3	3	9
4	4	3	11	2	2	2	4	4	4	4	4	4	30	2	4	3	4	13	4	4	4	12
4	4	3	11	4	3	4	4	4	4	5	5	4	37	4	4	4	3	15	4	3	4	11
3	3	3	9	5	4	4	4	3	4	4	4	4	36	2	4	4	4	14	4	4	4	12
3	4	3	10	2	3	3	4	4	3	3	3	3	28	2	3	3	3	11	3	3	3	9
3	3	3	9	4	3	3	5	4	4	4	4	4	35	3	3	3	3	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	3	10	3	3	3	5	3	4	4	3	3	31	2	3	3	4	12	4	4	4	12
5	4	4	13	4	5	5	4	3	4	3	3	4	35	3	4	4	5	16	4	5	3	12
4	3	4	11	4	4	4	4	5	4	4	4	5	38	3	3	3	5	14	3	3	3	9
4	4	4	12	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	4	5	13	4	4	4	5	5	4	4	4	4	38	3	4	4	4	15	5	5	5	15
4	4	4	12	5	3	4	4	3	4	4	4	4	35	5	5	5	4	19	4	4	4	12
4	4	4	12	3	4	3	5	4	4	3	3	3	32	2	4	3	3	12	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	3	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	5	13
3	3	3	9	2	4	4	4	4	5	4	4	4	35	1	3	4	4	12	5	3	4	12
3	3	4	10	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40	2	3	3	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43	4	5	5	4	18	5	5	4	14
4	4	4	12	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	3	4	3	4	14	4	4	4	12
5	5	4	14	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43	4	4	4	5	17	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	5	5	5	4	19	5	5	5	15
4	3	4	11	4	3	4	5	5	3	4	4	4	36	3	3	4	3	13	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28	2	3	3	3	11	4	3	3	10
3	4	3	10	4	3	4	5	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	4	4	3	11
4	4	4	12	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30	2	3	3	4	12	3	3	3	9
4	3	3	10	3	3	3	4	4	4	2	3	4	30	3	3	3	3	12	4	3	3	10

4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	12	4	3	3	10
5	4	5	14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	3	4	10	3	3	3	4	4	4	3	3	3	30	3	3	3	3	12	3	2	2	7
3	4	4	11	3	5	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	3	3	14	5	4	4	13
4	3	4	11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	3	4	4	4	15	4	3	4	11
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	5	13	2	2	4	5	4	4	5	5	4	35	2	4	3	5	14	5	4	4	13
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	12	3	3	3	9
3	3	3	9	3	4	4	4	5	4	4	3	4	35	3	3	3	5	14	3	4	3	10
3	3	3	9	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	5	5	17	5	5	4	14
3	3	3	9	3	2	2	3	4	4	2	3	3	26	2	2	2	3	9	3	3	3	9
3	2	4	9	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29	2	3	3	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	4	4	11	3	3	4	5	5	4	3	3	5	35	3	4	4	4	15	3	3	4	10
3	4	4	11	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31	3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	3	3	4	14	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	3	3	3	3	12	4	4	3	11
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	5	5	5	19	5	5	5	15
3	4	4	11	4	3	4	4	3	5	5	4	4	36	3	4	4	4	15	4	3	3	10
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
2	2	2	6	2	3	3	4	4	3	3	2	3	27	2	2	2	2	8	4	4	4	12
2	2	2	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	2	2	8	3	3	3	9
4	4	4	12	2	2	4	4	4	4	4	4	3	31	2	3	3	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	3	4	5	4	4	4	4	4	36	5	4	5	4	18	4	4	4	12
3	4	3	10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	3	4	3	4	14	3	3	4	10
3	3	3	9	3	3	3	5	4	4	4	4	3	33	3	3	3	3	12	5	4	4	13

4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	5	5	14
4	3	4	11	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	4	4	11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	2	3	3	4	12	4	4	4	12
4	4	3	11	4	3	4	5	5	5	5	5	5	41	3	4	5	4	16	3	5	4	12
3	4	3	10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	3	3	4	13	3	3	4	10
4	4	3	11	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40	4	4	4	5	17	4	5	5	14
3	3	4	10	4	4	4	4	3	3	4	3	3	32	3	3	4	3	13	4	3	3	10
4	4	5	13	5	4	4	5	5	5	5	4	4	41	3	4	4	4	15	4	4	4	12
5	5	4	14	2	2	4	4	4	2	3	4	3	28	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	5	4	5	40	5	4	4	5	18	4	4	5	13
3	4	3	10	3	3	3	5	4	4	3	3	3	31	2	3	3	4	12	4	3	3	10
4	4	3	11	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43	2	4	3	5	14	4	4	4	12
5	5	3	13	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42	4	4	3	5	16	4	3	4	11
4	3	3	10	4	3	3	4	3	4	3	3	4	31	3	3	3	4	13	3	4	3	10
2	2	3	7	4	3	4	4	5	5	4	4	5	38	1	3	2	4	10	3	1	3	7
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	2	3	3	4	12	4	3	4	11
4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	17	5	4	5	14
3	3	3	9	4	3	3	3	2	2	2	4	3	26	4	3	3	3	13	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	3	3	9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	3	14	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	4	4	4	15	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	4	3	3	3	3	3	4	29	4	3	3	3	13	4	3	3	10
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	4	3	4	13	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	11	3	4	4	3	5	5	4	4	4	36	3	4	3	5	15	4	3	4	11
4	5	5	14	3	3	3	5	3	5	3	3	3	31	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	4	2	1	3	3	3	3	25	4	4	1	3	12	3	3	3	9

4	4	3	11	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39	4	5	3	4	16	4	5	5	14
3	4	4	11	3	3	4	5	4	4	4	4	4	35	3	3	3	4	13	3	3	4	10
4	4	3	11	4	4	4	3	4	5	4	4	3	35	3	3	3	4	13	3	4	4	11
4	3	3	10	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32	3	3	3	3	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	4	10	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38	3	4	4	5	16	3	3	3	9
3	3	3	9	4	4	4	5	5	5	4	3	4	38	3	4	4	4	15	3	3	3	9
3	3	3	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	3	11	3	3	3	4	4	5	4	4	4	34	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	3	4	5	5	3	4	4	36	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	5	5	14	5	4	3	2	4	4	4	4	5	35	2	3	3	4	12	4	4	4	12
4	4	3	11	5	4	4	3	5	5	5	5	5	41	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	2	8	2	3	3	4	4	4	3	2	2	27	2	2	2	3	9	3	2	3	8
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	2	3	4	4	13	4	2	4	10
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
3	3	2	8	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34	3	3	3	3	12	4	3	4	11
3	3	3	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	3	4	15	4	3	4	11
4	4	4	12	3	3	3	4	4	4	3	3	3	30	3	3	3	4	13	3	3	4	10
3	3	4	10	3	4	4	4	5	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	4	10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	4	3	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	2	2	3	3	10	3	3	3	9
3	4	3	10	3	3	3	5	3	3	3	3	3	29	3	3	4	3	13	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	3	4	4	5	16	4	5	4	13
4	4	3	11	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39	4	4	4	4	16	4	4	4	12
2	2	2	6	3	2	3	4	4	4	3	3	4	30	2	3	3	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	3	5	2	4	3	3	3	3	3	29	4	4	3	4	15	3	3	3	9
3	3	4	10	5	3	3	4	5	4	4	3	3	34	2	2	3	3	10	4	3	4	11

4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	5	4	5	14
4	4	4	12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33	2	3	3	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	3	2	2	4	4	4	3	3	4	29	2	2	3	3	10	4	4	4	12
3	4	4	11	2	3	3	4	3	2	2	3	4	26	3	2	3	3	11	3	3	3	9
3	3	2	8	3	2	3	3	4	4	4	4	4	31	2	3	3	3	11	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	2	3	3	4	3	3	3	2	2	25	2	4	3	3	12	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37	2	4	2	4	12	4	4	4	12
3	3	4	10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	2	3	3	3	11	3	3	3	9
3	4	4	11	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	3	3	3	3	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	5	3	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	4	4	4	12
5	5	5	15	2	2	2	3	2	5	3	2	2	23	3	5	5	2	15	4	4	5	13
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	4	4	13	3	3	4	4	4	5	5	5	4	37	3	4	4	4	15	3	4	4	11
4	4	4	12	3	3	4	3	3	4	4	4	3	31	3	3	4	4	14	4	4	4	12
3	3	2	8	4	3	3	3	5	4	4	4	4	34	2	3	3	3	11	3	3	4	10
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	11	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32	3	4	3	4	14	4	3	4	11
3	3	4	10	3	3	3	2	3	4	3	2	3	26	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	4	3	12	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	3	4	3	4	14	3	3	3	9
4	5	4	13	4	3	4	5	4	4	4	3	4	35	3	4	4	3	14	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	3	5	13
3	3	3	9	3	3	2	4	4	4	3	3	3	29	1	2	2	3	8	3	3	3	9
3	3	4	10	3	3	3	4	5	3	4	3	3	31	1	4	4	4	13	3	3	3	9
4	4	2	10	5	4	5	4	4	5	4	4	5	40	5	3	3	3	14	3	3	3	9
4	4	2	10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	4	4	4	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	4	3	3	10
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	5	5	15

4	4	4	12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	2	4	4	5	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	5	5	5	5	4	4	39	3	4	4	4	15	4	3	3	10
4	4	4	12	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	3	3	3	3	12	3	3	3	9
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	4	5	19	4	4	5	13
4	4	3	11	3	4	4	5	5	5	4	4	4	38	3	3	3	4	13	4	3	4	11
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	3	3	9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28	2	3	3	2	10	3	3	3	9
4	4	5	13	5	5	4	5	5	5	4	5	4	42	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	2	4	5	5	4	4	3	34	2	3	4	4	13	4	3	4	11
4	3	3	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	17	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	3	4	4	4	3	3	4	31	3	3	3	3	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	3	9	3	4	4	4	4	5	3	4	4	35	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	5	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4	4	4	5	17	4	3	4	11
4	4	3	11	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34	3	4	4	4	15	4	4	4	12
5	5	3	13	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41	5	5	4	5	19	5	5	5	15
5	4	5	14	5	3	5	5	4	5	5	5	4	41	5	5	5	5	20	5	4	4	13
4	4	3	11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	4	13	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33	4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	3	4	3	4	14	3	3	3	9
4	4	4	12	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34	3	3	4	4	14	4	3	3	10
4	4	4	12	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39	4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	4	14	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	15	4	4	4	12
2	2	3	7	1	5	3	5	3	3	2	1	5	28	3	5	5	1	14	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	5	5	14	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40	4	4	5	5	18	4	4	4	12

3	4	3	10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	4	13	4	4	4	12
5	4	4	13	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	16	4	4	5	13
4	3	4	11	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41	3	4	4	5	16	4	4	5	13
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	3	3	3	3	12	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	4	4	4	5	17	5	5	5	15
3	3	3	9	2	3	3	4	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	12	4	3	3	10
5	5	5	15	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41	3	3	3	4	13	4	4	4	12
5	5	4	14	5	4	5	5	5	5	5	2	5	41	4	4	4	4	16	4	3	4	11
3	3	4	10	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34	2	3	3	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	16	4	3	3	10
4	4	4	12	3	3	4	4	4	5	4	4	4	35	3	3	3	4	13	1	4	3	8
3	3	3	9	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	3	3	3	4	13	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	3	12	4	3	3	10
4	4	4	12	3	3	3	4	4	4	3	3	3	30	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	3	2	8	3	3	4	3	4	4	3	4	4	32	2	3	3	4	12	3	2	3	8
3	4	5	12	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34	3	3	3	3	12	4	4	4	12
5	5	3	13	3	3	5	4	5	5	5	5	5	40	4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	4	4	4	15	4	3	4	11
4	4	4	12	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	3	4	3	4	14	5	4	4	13
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	3	4	11	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	3	11
3	3	4	10	4	4	4	4	4	5	4	4	3	36	2	3	3	4	12	3	3	3	9
3	3	4	10	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	3	3	4	4	14	4	4	4	12
4	3	2	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	3	13	4	3	3	10
3	4	3	10	4	4	4	3	2	4	3	4	4	32	3	3	4	3	13	4	3	3	10
3	4	3	10	4	4	3	4	5	3	3	4	4	34	3	4	4	4	15	3	4	4	11
3	3	4	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	3	4	4	4	15	4	4	4	12

4	4	4	12	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	4	3	4	3	4	3	30	2	3	3	3	11	4	3	4	11
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
5	4	4	13	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	2	3	3	3	11	4	3	3	10
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	4	3	11	3	4	3	5	4	4	3	3	3	32	3	3	4	3	13	4	4	4	12
4	5	4	13	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41	3	4	4	4	15	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	4	4	3	11
3	4	3	10	3	4	3	4	4	4	3	3	4	32	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	4	2	4	3	4	4	30	2	3	3	3	11	3	3	3	9
2	2	2	6	2	3	2	4	4	4	2	2	3	26	2	3	3	4	12	4	3	3	10
4	3	3	10	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	3	3	3	3	12	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	3	4	3	5	15	5	5	4	14
4	4	3	11	3	4	2	3	4	3	4	3	3	29	2	3	3	4	12	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	3	3	3	9
3	3	1	7	2	3	3	4	5	4	3	3	3	30	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	11	3	3	4	3	4	4	4	3	3	31	2	3	2	2	9	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	5	5	4	3	4	4	37	2	3	4	4	13	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	4	3	10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	3	3	3	4	13	3	3	4	10
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	3	3	4	13	4	3	4	11
4	4	5	13	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	4	11	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32	3	3	4	4	14	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	4	4	4	4	5	4	4	35	2	3	3	3	11	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	2	4	2	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	4	4	5	5	4	4	4	4	39	4	4	4	4	16	4	4	4	12

4	4	3	11	2	3	2	3	4	4	3	4	3	28	2	3	3	3	11	4	3	4	11
4	4	3	11	3	3	4	5	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	1	4	4	4	13	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	5	5	4	4	4	4	38	3	4	4	4	15	4	3	3	10
3	3	3	9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	2	3	4	4	13	3	3	3	9
4	4	3	11	2	3	3	5	5	4	4	4	4	34	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	4	4	12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	2	3	3	3	11	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	4	4	4	5	17	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	15	4	4	4	12
5	4	3	12	5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	3	4	4	4	15	4	4	3	11
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	4	14	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	3	3	4	4	3	3	3	29	3	4	3	3	13	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37	3	4	3	4	14	3	4	4	11
4	4	3	11	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	4	3	3	3	13	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	3	4	3	10
4	4	4	12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	15	3	3	3	9
4	3	3	10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	3	4	14	3	3	3	9
2	4	4	10	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31	4	3	3	4	14	3	3	2	8
3	3	3	9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	3	3	10	3	3	4	4	3	3	3	4	4	31	3	3	3	3	12	4	3	3	10
3	3	3	9	4	3	4	3	3	4	3	3	3	30	3	3	3	3	12	3	4	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	3	5	4	12
4	4	5	13	3	4	4	5	4	5	4	3	4	36	3	3	3	4	13	4	3	4	11
3	3	3	9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	3	4	3	3	13	3	3	3	9
4	4	4	12	4	5	4	4	4	5	4	4	5	39	4	4	4	5	17	4	4	5	13
4	4	3	11	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	3	4	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12	3	3	3	9

4	4	2	10	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43	3	4	2	4	13	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
3	3	3	9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	5	4	3	3	2	3	29	2	3	3	3	11	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	3	3	3	4	13	4	4	4	12
5	5	5	15	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42	5	5	5	5	20	5	4	4	13
3	4	4	11	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	4	4	3	4	15	4	4	4	12
3	3	4	10	3	3	3	3	4	4	3	3	3	29	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	11	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	5	13
5	5	3	13	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43	4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	4	14	4	5	4	4	4	5	4	4	5	39	4	4	4	4	16	4	4	5	13
5	5	4	14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	4	5	4	5	18	5	5	5	15
3	4	3	10	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33	4	2	3	3	12	3	4	3	10
3	3	3	9	2	3	2	2	4	4	4	4	4	29	2	2	2	4	10	3	4	3	10
5	5	3	13	5	5	4	5	5	4	4	4	5	41	5	4	4	5	18	5	5	4	14
4	3	4	11	3	2	3	4	4	4	3	4	4	31	3	4	4	4	15	4	3	3	10
4	4	2	10	4	4	4	4	2	4	4	4	4	34	2	4	4	2	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	5	5	4	4	4	5	39	3	4	4	4	15	4	3	4	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	3	4	11
4	4	3	11	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41	3	4	4	4	15	4	5	5	14
4	5	5	14	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41	3	4	4	5	16	5	5	5	15
4	4	3	11	3	4	3	4	4	4	3	3	3	31	2	2	2	3	9	4	4	3	11
4	4	3	11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	4	3	4	14	4	4	4	12
3	3	4	10	4	4	4	4	5	4	3	4	4	36	3	3	3	4	13	4	4	4	12
4	3	4	11	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	3	4	4	4	15	4	4	3	11
4	4	4	12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	3	4	14	3	3	4	10

3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	3	3	4	4	5	5	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	3	4	4	4	15	5	4	5	14
4	4	3	11	4	4	4	5	5	4	4	3	4	37	3	4	3	4	14	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	11	3	4	4	4	3	3	4	3	4	32	3	4	3	3	13	4	3	3	10
3	3	4	10	4	3	4	5	5	5	4	4	4	38	3	3	3	3	12	3	3	3	9
3	3	2	8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	2	3	2	4	11	4	3	2	9
3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	12	3	3	2	8
4	4	3	11	3	4	4	5	5	5	4	5	4	39	3	4	3	3	13	3	4	3	10
4	4	4	12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	4	4	14	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	3	11
3	3	3	9	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32	2	3	3	4	12	3	3	4	10
3	3	3	9	3	4	4	5	2	4	3	2	3	30	1	3	2	3	9	3	3	3	9
4	4	5	13	4	4	4	4	3	5	4	4	4	36	3	4	3	4	14	4	3	4	11
3	3	3	9	4	4	4	4	5	4	4	3	4	36	3	3	3	3	12	4	3	3	10
4	3	3	10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	3	4	13	4	4	4	12
4	4	3	11	3	3	4	3	4	4	3	3	4	31	2	3	2	3	10	2	3	3	8
4	4	3	11	5	4	5	4	5	5	5	3	4	40	3	4	5	5	17	4	3	5	12
3	4	5	12	4	3	4	4	4	4	3	4	3	33	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	3	4	11	3	3	4	4	5	4	4	4	4	35	2	3	3	4	12	3	3	4	10
3	3	3	9	4	3	3	5	3	5	4	4	4	35	2	3	3	4	12	4	4	4	12
3	3	4	10	3	4	4	4	4	4	4	2	4	33	3	3	3	4	13	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	3	2	2	10	4	4	3	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	4	5	4	3	5	5	3	39	4	4	3	4	15	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	3	4	4	4	15	4	4	4	12
4	5	4	13	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40	3	3	4	4	14	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	4	5	5	4	5	5	40	3	3	3	4	13	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12

4	5	5	14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	16	5	5	4	14
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	4	13	3	4	4	11
4	3	3	10	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33	2	3	3	4	12	4	3	4	11
4	4	3	11	5	3	4	3	5	5	5	4	4	38	3	4	3	3	13	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38	3	3	3	3	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	4	15	4	4	4	12
5	5	5	15	3	4	4	5	5	5	4	3	3	36	4	4	5	4	17	4	5	5	14
4	4	4	12	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39	3	3	3	4	13	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	3	4	11	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33	3	3	4	4	14	4	4	3	11
4	4	3	11	3	4	4	4	5	4	4	4	4	36	3	4	3	3	13	5	4	2	11
4	4	4	12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35	3	4	4	4	15	3	4	4	11
4	3	3	10	3	3	3	3	4	2	2	3	3	26	2	3	3	3	11	3	3	3	9
3	3	3	9	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29	3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	15	4	4	4	12
5	4	3	12	4	3	3	5	3	3	3	3	3	30	5	4	4	3	16	3	3	4	10
4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	3	4	3	4	14	3	3	4	10

Lampiran IV

Data Interval (Hasil Konversi MSI)

Q1	Q2	Q3	X1	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	X2	Q13	Q14	Q15	Q16	Y	Q17	Q18	Q19	Z
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	2.214	3.526	2.759	2.190	3.641	3.008	2.512	25.487	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	2.214	2.251	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	29.458	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	27.899	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	3.528	5.104	4.324	3.920	37.429	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	4.575	1.000	8.563
3.813	5.181	4.585	13.578	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	38.745	4.530	3.768	6.080	4.377	18.755	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	4.324	3.920	38.916	4.530	5.180	4.824	5.806	20.340	4.415	4.575	5.298	14.288

2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	2.427	3.549	3.526	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	36.091	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	3.549	2.251	5.366	4.944	2.287	5.795	3.920	36.225	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	2.142	1.000	2.061	5.806	11.010	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
5.217	5.181	5.906	16.303	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	2.082	2.427	2.214	3.526	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	23.005	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	3.920	24.266	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	2.190	2.287	3.008	5.397	34.798	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	2.427	3.549	3.526	2.759	3.528	2.287	4.324	2.512	29.306	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	34.558	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	3.719	2.214	2.251	5.366	4.944	2.287	3.008	3.920	30.919	3.380	1.000	3.520	4.377	12.278	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	1.000	2.214	2.251	4.003	3.528	2.287	1.916	2.512	22.921	1.000	2.439	3.520	3.044	10.004	4.415	4.575	2.526	11.517
5.217	2.358	5.906	13.481	5.691	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.275	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	3.719	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.329	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.037	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	1.000	3.321	6.796	4.394	3.719	2.214	3.526	4.003	4.944	5.104	4.324	3.920	36.148	5.502	3.768	4.824	4.377	18.471	5.906	4.575	3.881	14.362
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.270	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	33.360	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	2.082	1.000	1.000	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	27.024	2.142	3.768	3.520	4.377	13.807	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	5.104	5.795	3.920	36.246	4.530	3.768	4.824	3.044	16.166	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	3.321	8.154	5.691	3.719	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	34.658	2.142	3.768	4.824	4.377	15.110	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	2.082	2.427	2.214	3.526	4.003	2.190	2.287	3.008	2.512	24.249	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	2.214	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.340	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	2.427	2.214	4.888	2.759	3.528	3.641	3.008	2.512	28.187	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	3.713	4.585	13.514	4.394	5.061	5.036	3.526	2.759	3.528	2.287	3.008	3.920	33.519	3.380	3.768	4.824	5.806	17.778	4.415	5.963	2.526	12.905
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	5.397	37.444	3.380	2.439	3.520	5.806	15.146	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	31.978	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	5.906	13.432	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	37.329	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	2.427	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	33.366	5.502	5.180	6.080	4.377	21.140	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	3.719	2.214	4.888	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	29.369	2.142	3.768	3.520	3.044	12.474	2.988	3.207	3.881	10.076
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	5.061	5.036	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	40.092	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872

2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	5.298	14.288
2.475	2.358	3.321	8.154	2.082	3.719	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	33.708	1.000	2.439	4.824	4.377	12.640	5.906	3.207	3.881	12.994
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	5.061	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	40.087	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	44.452	4.530	5.180	6.080	4.377	20.167	5.906	5.963	3.881	15.750
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	2.190	3.641	4.324	3.920	32.023	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	4.585	14.982	5.691	5.061	5.036	4.888	4.003	4.944	3.641	5.795	5.397	44.456	4.530	3.768	4.824	5.806	18.928	5.906	5.963	5.298	17.167
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	4.003	3.528	5.104	5.795	5.397	44.502	5.502	5.180	6.080	4.377	21.140	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	2.427	3.549	4.888	5.366	2.190	3.641	4.324	3.920	34.699	3.380	2.439	4.824	3.044	13.688	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	3.528	2.287	3.008	2.512	24.196	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	2.427	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.675	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	2.526	11.517
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	2.214	3.526	4.003	2.190	2.287	3.008	2.512	26.561	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	2.358	3.321	9.492	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	1.000	3.008	3.920	26.836	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	3.549	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	24.193	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
5.217	3.713	5.906	14.836	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	26.715	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	1.647	1.000	5.635
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	5.061	5.036	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	36.249	4.530	3.768	3.520	3.044	14.862	5.906	4.575	3.881	14.362
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	35.967	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	5.906	13.432	2.082	1.000	3.549	4.888	4.003	3.528	5.104	5.795	3.920	33.869	2.142	3.768	3.520	5.806	15.236	5.906	4.575	3.881	14.362
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	3.008	3.920	33.467	3.380	2.439	3.520	5.806	15.146	2.988	4.575	2.526	10.090
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	30.629	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	6.080	5.806	19.035	5.906	5.963	3.881	15.750
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	1.000	1.000	2.251	4.003	3.528	1.000	3.008	2.512	21.512	2.142	1.000	2.061	3.044	8.248	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	1.000	4.585	8.060	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	2.190	2.287	3.008	2.512	25.377	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	2.427	3.549	4.888	5.366	3.528	2.287	3.008	5.397	33.660	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	2.512	28.069	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	33.360	4.530	2.439	3.520	4.377	14.867	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	31.997	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	2.526	11.517
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	4.530	5.180	6.080	5.806	21.596	5.906	5.963	5.298	17.167
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	2.427	3.549	3.526	2.759	4.944	5.104	4.324	3.920	34.947	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	3.920	24.266	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	3.920	32.066	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722

1.000	1.000	2.018	4.018	2.082	2.427	2.214	3.526	4.003	2.190	2.287	1.916	2.512	23.157	2.142	1.000	2.061	1.784	6.987	4.415	4.575	3.881	12.872
1.000	1.000	2.018	4.018	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	2.142	1.000	2.061	1.784	6.987	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	2.082	1.000	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	28.165	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	5.906	16.303	4.394	2.427	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.675	5.502	3.768	6.080	4.377	19.728	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	3.719	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.329	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	30.747	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	5.906	4.575	3.881	14.362
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	5.963	5.298	15.676
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	35.967	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	41.863	3.380	3.768	6.080	4.377	17.606	2.988	5.963	3.881	12.832
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	33.360	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	3.881	10.076
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	5.036	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	40.232	4.530	3.768	4.824	5.806	18.928	4.415	5.963	5.298	15.676
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	2.190	3.641	3.008	2.512	29.298	3.380	2.439	4.824	3.044	13.688	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	5.906	13.432	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	4.324	3.920	41.505	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	4.585	14.982	2.082	1.000	3.549	3.526	4.003	1.000	2.287	4.324	2.512	24.283	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	3.526	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	24.133	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	4.944	5.104	4.324	5.397	40.322	5.502	3.768	4.824	5.806	19.900	4.415	4.575	5.298	14.288
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	2.427	2.214	4.888	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	28.077	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	5.061	5.036	3.526	5.366	3.528	5.104	5.795	5.397	44.503	2.142	3.768	3.520	5.806	15.236	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	3.321	13.718	5.691	3.719	5.036	4.888	5.366	3.528	5.104	5.795	3.920	43.047	4.530	3.768	3.520	5.806	17.624	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	2.358	3.321	9.492	4.394	2.427	2.214	3.526	2.759	3.528	2.287	3.008	3.920	28.064	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	4.575	2.526	10.090
1.000	1.000	3.321	5.321	4.394	2.427	3.549	3.526	5.366	4.944	3.641	4.324	5.397	37.568	1.000	2.439	2.061	4.377	9.878	2.988	1.000	2.526	6.514
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	33.289	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	3.380	5.180	4.824	5.806	19.190	5.906	4.575	5.298	15.779
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	2.214	2.251	1.743	1.000	1.000	4.324	2.512	21.865	4.530	2.439	3.520	3.044	13.534	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	37.383	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	3.768	4.824	3.044	15.016	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	41.793	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	33.196	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	3.549	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	3.920	25.601	4.530	2.439	3.520	3.044	13.534	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	2.142	3.768	3.520	4.377	13.807	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	3.549	2.251	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	34.924	3.380	3.768	3.520	5.806	16.475	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	5.181	5.906	14.900	3.210	2.427	2.214	4.888	2.759	4.944	2.287	3.008	2.512	28.249	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	3.549	1.000	1.000	2.190	2.287	3.008	2.512	21.183	4.530	3.768	1.000	3.044	12.342	2.988	3.207	2.526	8.722

3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	5.061	3.549	3.526	4.003	4.944	5.104	4.324	3.920	38.825	4.530	5.180	3.520	4.377	17.607	4.415	5.963	5.298	15.676
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	2.427	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.491	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	3.881	10.076
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	2.251	4.003	4.944	3.641	4.324	2.512	33.337	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	2.358	3.321	9.492	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	29.385	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	37.383	3.380	3.768	4.824	5.806	17.778	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	3.008	3.920	37.429	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	5.397	36.081	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	32.210	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	3.719	2.214	3.526	5.366	4.944	2.287	4.324	3.920	34.694	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	5.181	5.906	14.900	5.691	3.719	2.214	1.000	4.003	3.528	3.641	4.324	5.397	33.517	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	3.719	3.549	2.251	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	41.815	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	2.018	6.851	2.082	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	1.916	1.000	22.983	2.142	1.000	2.061	3.044	8.248	2.988	1.647	2.526	7.161
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	5.795	3.920	36.076	2.142	2.439	4.824	4.377	13.782	4.415	1.647	3.881	9.943
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	2.018	6.851	4.394	2.427	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	32.069	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	26.715	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	34.783	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	43.155	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.270	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	2.142	1.000	3.520	3.044	9.706	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	2.427	2.214	4.888	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	25.495	3.380	2.439	4.824	3.044	13.688	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	43.155	3.380	3.768	4.824	5.806	17.778	4.415	5.963	3.881	14.260
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	5.061	3.549	4.888	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	38.725	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
1.000	1.000	2.018	4.018	3.210	1.000	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	3.920	26.697	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	5.061	1.000	3.526	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	25.553	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	4.585	9.418	5.691	2.427	2.214	3.526	5.366	3.528	3.641	3.008	2.512	31.913	2.142	1.000	3.520	3.044	9.706	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	5.906	4.575	5.298	15.779
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	2.214	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	30.702	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	1.000	1.000	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	3.920	25.483	2.142	1.000	3.520	3.044	9.706	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	2.082	2.427	2.214	3.526	2.759	1.000	1.000	3.008	3.920	21.936	3.380	1.000	3.520	3.044	10.945	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	2.018	6.851	3.210	1.000	2.214	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	28.092	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872

3.813	3.713	3.321	10.846	2.082	2.427	2.214	3.526	2.759	2.190	2.287	1.916	1.000	20.401	2.142	3.768	3.520	3.044	12.474	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	36.021	2.142	3.768	2.061	4.377	12.348	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.129	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	30.794	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	34.723	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	5.906	16.303	2.082	1.000	1.000	2.251	1.743	4.944	2.287	1.916	1.000	18.223	3.380	5.180	6.080	1.784	16.425	4.415	4.575	5.298	14.288
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	3.713	4.585	13.514	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	4.944	5.104	5.795	3.920	36.478	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	2.251	2.759	3.528	3.641	4.324	2.512	28.201	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	2.018	6.851	4.394	2.427	2.214	2.251	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	32.065	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	3.549	2.251	4.003	2.190	3.641	3.008	3.920	29.383	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	2.427	2.214	1.000	2.759	3.528	2.287	1.916	2.512	21.853	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	3.713	3.321	12.250	4.394	2.427	3.549	2.251	2.759	3.528	3.641	3.008	2.512	28.069	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	5.181	4.585	13.578	4.394	2.427	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	33.359	3.380	3.768	4.824	3.044	15.016	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	3.207	5.298	14.411
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	1.000	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	25.501	1.000	1.000	2.061	3.044	7.106	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	2.427	2.214	3.526	5.366	2.190	3.641	3.008	2.512	28.094	1.000	3.768	4.824	4.377	13.969	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	2.018	9.543	5.691	3.719	5.036	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	5.397	40.281	5.502	2.439	3.520	3.044	14.506	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	2.018	9.543	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	5.906	5.963	5.298	17.167
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	3.207	2.526	10.149
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	2.190	3.641	4.324	3.920	33.267	2.142	3.768	4.824	5.806	16.540	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	2.214	4.888	5.366	4.944	5.104	4.324	3.920	38.873	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.329	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	4.824	5.806	21.312	4.415	4.575	5.298	14.288
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	37.561	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	3.207	3.881	11.504
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	3.526	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	24.133	2.142	2.439	3.520	1.784	9.885	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	5.906	13.432	5.691	5.061	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	5.795	3.920	42.855	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	1.000	3.526	5.366	4.944	3.641	4.324	2.512	32.134	2.142	2.439	4.824	4.377	13.782	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	2.358	3.321	9.492	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	3.380	5.180	4.824	5.806	19.190	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872

3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	3.920	28.124	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	40.043	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	4.944	2.287	4.324	3.920	33.483	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.675	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	35.967	4.530	3.768	4.824	5.806	18.928	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	31.954	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	3.321	13.718	5.691	3.719	5.036	4.888	4.003	4.944	5.104	4.324	3.920	41.629	5.502	5.180	4.824	5.806	21.312	5.906	5.963	5.298	17.167
5.217	3.713	5.906	14.836	5.691	2.427	5.036	4.888	4.003	4.944	5.104	5.795	3.920	41.808	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	4.575	3.881	14.362
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	30.720	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	3.719	5.036	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	41.529	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	2.190	3.641	4.324	3.920	32.083	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	5.061	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	38.671	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	4.585	14.982	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
1.000	1.000	3.321	5.321	1.000	5.061	2.214	4.888	2.759	2.190	1.000	1.000	5.397	25.508	3.380	5.180	6.080	1.000	15.640	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	5.181	5.906	14.900	5.691	5.061	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	39.968	4.530	3.768	6.080	5.806	20.184	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	3.713	4.585	13.514	5.691	3.719	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	37.264	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	5.298	14.288
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	41.574	3.380	3.768	4.824	5.806	17.778	4.415	4.575	5.298	14.288
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	30.853	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	37.383	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.129	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	2.526	11.517
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	43.155	4.530	3.768	4.824	5.806	18.928	5.906	5.963	5.298	17.167
2.475	2.358	3.321	8.154	2.082	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	25.587	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	5.795	3.920	41.514	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	4.585	14.982	5.691	3.719	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	1.916	5.397	42.060	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	2.190	3.641	4.324	3.920	32.083	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	33.196	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	33.545	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	1.000	4.575	2.526	8.102
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	32.105	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	26.715	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	2.018	6.851	3.210	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	2.287	4.324	3.920	29.499	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	2.988	1.647	2.526	7.161

2.475	3.713	5.906	12.094	4.394	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	31.978	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	3.321	13.718	3.210	2.427	5.036	3.526	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	40.804	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	33.360	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	40.043	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	5.906	4.575	3.881	14.362
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	34.729	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	2.526	11.517
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	2.512	34.612	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	30.794	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	2.018	8.189	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	3.719	3.549	2.251	1.743	3.528	2.287	4.324	3.920	29.715	3.380	2.439	4.824	3.044	13.688	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	3.719	2.214	3.526	5.366	2.190	2.287	4.324	3.920	31.940	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	4.575	3.881	11.444
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	35.967	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	2.214	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	31.994	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	3.526	2.759	3.528	2.287	4.324	2.512	26.787	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
5.217	3.713	4.585	13.514	5.691	3.719	5.036	4.888	4.003	4.944	3.641	4.324	5.397	41.643	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	3.920	33.250	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	2.214	4.888	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	29.369	3.380	2.439	4.824	3.044	13.688	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	5.181	4.585	13.578	4.394	5.061	5.036	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	5.397	41.634	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	2.526	11.517
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	3.719	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	3.920	29.416	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	3.526	1.743	3.528	2.287	4.324	3.920	27.180	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
1.000	1.000	2.018	4.018	2.082	2.427	1.000	3.526	4.003	3.528	1.000	1.916	2.512	21.993	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	2.358	3.321	9.492	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	3.920	33.250	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	44.642	3.380	3.768	3.520	5.806	16.475	5.906	5.963	3.881	15.750
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	1.000	2.251	4.003	2.190	3.641	3.008	2.512	25.534	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	1.000	5.833	2.082	2.427	2.214	3.526	5.366	3.528	2.287	3.008	2.512	26.949	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	3.008	2.512	28.129	2.142	2.439	2.061	1.784	8.427	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	5.397	40.222	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	3.528	2.287	4.324	3.920	35.975	2.142	2.439	4.824	4.377	13.782	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	3.321	9.508	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.129	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	3.881	10.076
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	3.207	3.881	11.504

3.813	3.713	5.906	13.432	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	38.745	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	3.210	2.427	2.214	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	29.518	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	5.104	4.324	3.920	33.591	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.129	2.142	3.768	2.061	4.377	12.348	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	38.626	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	2.082	2.427	1.000	2.251	4.003	3.528	2.287	4.324	2.512	24.413	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.491	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.037	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	1.000	3.768	4.824	4.377	13.969	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	37.329	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	2.142	2.439	4.824	4.377	13.782	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	2.082	2.427	2.214	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	32.390	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.129	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.329	4.530	3.768	4.824	5.806	18.928	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	2.251	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.329	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	3.713	3.321	12.250	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	40.043	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	2.526	11.517
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	2.214	2.251	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	25.440	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	3.719	3.549	4.888	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	35.948	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	2.251	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	32.085	4.530	2.439	3.520	3.044	13.534	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	2.988	4.575	2.526	10.090
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	2.358	3.321	9.492	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	2.526	8.722
1.000	3.713	4.585	9.297	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	2.512	28.069	4.530	2.439	3.520	4.377	14.867	2.988	3.207	1.000	7.195
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	3.321	9.492	3.210	2.427	3.549	3.526	2.759	2.190	2.287	4.324	3.920	28.193	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	3.549	2.251	2.759	3.528	2.287	3.008	2.512	26.714	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	2.988	5.963	3.881	12.832
3.813	3.713	5.906	13.432	3.210	3.719	3.549	4.888	4.003	4.944	3.641	3.008	3.920	34.883	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	3.920	33.250	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	5.061	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	5.397	38.839	4.530	3.768	4.824	5.806	18.928	4.415	4.575	5.298	14.288
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	29.385	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722

3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	2.214	3.526	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	26.609	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	2.018	9.543	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	4.324	3.920	44.334	3.380	3.768	2.061	4.377	13.587	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	4.888	4.003	2.190	2.287	1.916	2.512	25.647	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	38.745	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	3.719	5.036	4.888	5.366	3.528	3.641	5.795	5.397	43.061	5.502	5.180	6.080	5.806	22.569	5.906	4.575	3.881	14.362
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	2.190	3.641	4.324	3.920	33.267	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	2.427	2.214	2.251	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	25.440	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	34.729	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	5.298	14.288
5.217	5.181	3.321	13.718	5.691	5.061	5.036	3.526	4.003	4.944	5.104	5.795	5.397	44.556	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	4.585	14.982	4.394	5.061	3.549	3.526	4.003	4.944	3.641	4.324	5.397	38.839	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	5.298	14.288
5.217	5.181	4.585	14.982	5.691	3.719	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	45.939	4.530	5.180	4.824	5.806	20.340	5.906	5.963	5.298	17.167
2.475	3.713	3.321	9.508	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	30.526	4.530	1.000	3.520	3.044	12.094	2.988	4.575	2.526	10.090
2.475	2.358	3.321	8.154	2.082	2.427	1.000	1.000	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	25.925	2.142	1.000	2.061	4.377	9.580	2.988	4.575	2.526	10.090
5.217	5.181	3.321	13.718	5.691	5.061	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	5.397	41.445	5.502	3.768	4.824	5.806	19.900	5.906	5.963	3.881	15.750
3.813	2.358	4.585	10.756	3.210	1.000	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	3.920	28.013	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	3.713	2.018	9.543	4.394	3.719	3.549	3.526	1.743	3.528	3.641	4.324	3.920	32.345	2.142	3.768	4.824	1.784	12.517	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	4.324	5.397	38.806	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	32.129	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	34.675	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	5.795	3.920	41.514	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	5.963	5.298	15.676
3.813	5.181	5.906	14.900	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	3.920	41.679	3.380	3.768	4.824	5.806	17.778	5.906	5.963	5.298	17.167
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	3.008	2.512	28.007	2.142	1.000	2.061	3.044	8.248	4.415	4.575	2.526	11.517
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	3.528	3.641	4.324	3.920	33.360	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	2.287	4.324	3.920	34.613	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	4.585	10.756	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	3.920	32.105	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	2.526	11.517
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	3.210	2.427	3.549	3.526	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	34.907	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	35.902	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	5.906	4.575	5.298	15.779
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	4.888	5.366	3.528	3.641	3.008	3.920	36.013	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	4.575	2.526	11.517
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722

3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	3.549	3.526	2.759	2.190	3.641	3.008	3.920	29.523	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	4.415	3.207	2.526	10.149
2.475	2.358	4.585	9.418	4.394	2.427	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	37.453	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	2.018	6.851	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	2.142	2.439	2.061	4.377	11.020	4.415	3.207	1.000	8.623
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	2.251	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	22.858	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	1.000	7.195
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	5.795	3.920	39.032	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	2.988	4.575	2.526	10.090
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.313	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	2.526	11.517
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	2.512	29.385	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	3.719	3.549	4.888	1.743	3.528	2.287	1.916	2.512	27.353	1.000	2.439	2.061	3.044	8.545	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	5.906	13.432	4.394	3.719	3.549	3.526	2.759	4.944	3.641	4.324	3.920	34.777	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	4.415	3.207	3.881	11.504
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	3.008	3.920	34.651	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	3.207	2.526	10.149
3.813	2.358	3.321	9.492	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	33.421	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	2.427	3.549	2.251	4.003	3.528	2.287	3.008	3.920	28.183	2.142	2.439	2.061	3.044	9.687	1.426	3.207	2.526	7.160
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	3.719	5.036	3.526	5.366	4.944	5.104	3.008	3.920	40.314	3.380	3.768	6.080	5.806	19.035	4.415	3.207	5.298	12.921
2.475	3.713	5.906	12.094	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	2.512	30.550	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	2.358	4.585	10.756	3.210	2.427	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	33.491	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	2.988	3.207	3.881	10.076
2.475	2.358	3.321	8.154	4.394	2.427	2.214	4.888	2.759	4.944	3.641	4.324	3.920	33.512	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	2.358	4.585	9.418	3.210	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	1.916	3.920	31.013	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	5.906	16.303	5.691	5.061	5.036	4.888	5.366	4.944	5.104	5.795	5.397	47.281	3.380	2.439	2.061	1.784	9.665	4.415	4.575	2.526	11.517
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	5.061	3.549	4.888	4.003	2.190	5.104	5.795	2.512	38.792	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	35.967	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	5.181	4.585	13.578	4.394	3.719	5.036	4.888	5.366	4.944	3.641	4.324	3.920	40.232	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	3.321	10.846	4.394	3.719	3.549	3.526	5.366	4.944	3.641	5.795	5.397	40.331	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	5.181	5.906	14.900	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	5.397	36.081	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	5.906	5.963	3.881	15.750
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	2.358	3.321	9.492	4.394	2.427	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	3.008	2.512	30.588	2.142	2.439	3.520	4.377	12.479	4.415	3.207	3.881	11.504
3.813	3.713	3.321	10.846	5.691	2.427	3.549	2.251	5.366	4.944	5.104	4.324	3.920	37.575	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	4.888	4.003	4.944	3.641	4.324	3.920	37.383	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	3.520	4.377	16.195	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	5.181	5.906	16.303	3.210	3.719	3.549	4.888	5.366	4.944	3.641	3.008	2.512	34.837	4.530	3.768	6.080	4.377	18.755	4.415	5.963	5.298	15.676
3.813	3.713	4.585	12.110	5.691	5.061	5.036	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	38.730	3.380	2.439	3.520	4.377	13.717	4.415	4.575	3.881	12.872
2.475	3.713	4.585	10.772	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	4.530	3.768	4.824	4.377	17.498	4.415	4.575	3.881	12.872
3.813	2.358	4.585	10.756	4.394	3.719	2.214	3.526	4.003	3.528	2.287	4.324	2.512	30.507	3.380	2.439	4.824	4.377	15.021	4.415	4.575	2.526	11.517
3.813	3.713	3.321	10.846	3.210	3.719	3.549	3.526	5.366	3.528	3.641	4.324	3.920	34.783	3.380	3.768	3.520	3.044	13.713	5.906	4.575	1.000	11.481

3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	2.190	3.641	4.324	3.920	33.267	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	2.988	4.575	3.881	11.444
3.813	2.358	3.321	9.492	3.210	2.427	2.214	2.251	4.003	1.000	1.000	3.008	2.512	21.625	2.142	2.439	3.520	3.044	11.146	2.988	3.207	2.526	8.722
2.475	2.358	3.321	8.154	3.210	2.427	2.214	3.526	2.759	3.528	2.287	3.008	2.512	25.471	3.380	2.439	3.520	3.044	12.384	2.988	3.207	2.526	8.722
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	4.824	4.377	16.349	4.415	4.575	3.881	12.872
5.217	3.713	3.321	12.250	4.394	2.427	2.214	4.888	2.759	2.190	2.287	3.008	2.512	26.679	5.502	3.768	4.824	3.044	17.138	2.988	3.207	3.881	10.076
3.813	3.713	4.585	12.110	4.394	3.719	3.549	3.526	4.003	3.528	3.641	4.324	3.920	34.604	3.380	3.768	3.520	4.377	15.046	2.988	3.207	3.881	10.076

Lampiran V

Hasil Uji SPSS

A. Hasil Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

a) Variabel Pengalaman Berbelanja

Correlations

		A1	A2	A3	TotalX1
A1	Pearson Correlation	1	.550**	.555**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.000
	N	32	32	32	32
A2	Pearson Correlation	.550**	1	.212	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001		.243	.000
	N	32	32	32	32
A3	Pearson Correlation	.555**	.212	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.001	.243		.000
	N	32	32	32	32
TotalX1	Pearson Correlation	.889**	.729**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32

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

b) Variabel Kemudahan Transaksi

Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	TotalX2
B1	Pearson Correlation	1	.578**	.691**	.392*	.425*	.492**	.498**	.615**	.515**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.026	.015	.004	.004	.000	.003	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B2	Pearson Correlation	.578**	1	.665**	.399*	.399*	.358*	.334	.483**	.546**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.024	.024	.045	.062	.005	.001	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B3	Pearson Correlation	.691**	.665**	1	.461**	.446*	.388*	.404*	.582**	.466**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.008	.010	.028	.022	.000	.007	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B4	Pearson Correlation	.392*	.399*	.461**	1	.430*	.272	.543**	.339	.340	.642**
	Sig. (2-tailed)	.026	.024	.008		.014	.133	.001	.057	.057	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B5	Pearson Correlation	.425*	.399*	.446*	.430*	1	.738**	.301	.369*	.617**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.015	.024	.010	.014		.000	.094	.038	.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B6	Pearson Correlation	.492**	.358*	.388*	.272	.738**	1	.485**	.571**	.434*	.723**
	Sig. (2-tailed)	.004	.045	.028	.133	.000		.005	.001	.013	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B7	Pearson Correlation	.498**	.334	.404*	.543**	.301	.485**	1	.658**	.479**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.004	.062	.022	.001	.094	.005		.000	.006	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B8	Pearson Correlation	.615**	.483**	.582**	.339	.369*	.571**	.658**	1	.543**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.057	.038	.001	.000		.001	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
B9	Pearson Correlation	.515**	.546**	.466**	.340	.617**	.434*	.479**	.543**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.007	.057	.000	.013	.006	.001		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
TotalX2	Pearson Correlation	.789**	.718**	.770**	.642**	.718**	.723**	.717**	.781**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

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

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

c) Variabel Kepercayaan Konsumen

Correlations

		C1	C2	C3	C4	TotalY
C1	Pearson Correlation	1	.469**	.555**	.315	.780**
	Sig. (2-tailed)		.007	.001	.079	.000
	N	32	32	32	32	32
C2	Pearson Correlation	.469**	1	.569**	.617**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.007		.001	.000	.000
	N	32	32	32	32	32
C3	Pearson Correlation	.555**	.569**	1	.536**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.002	.000
	N	32	32	32	32	32
C4	Pearson Correlation	.315	.617**	.536**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.079	.000	.002		.000
	N	32	32	32	32	32
TotalY	Pearson Correlation	.780**	.822**	.827**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32

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

d) Variabel Minat Beli Ulang

Correlations

		C1	C2	C3	C4	TotalY
C1	Pearson Correlation	1	.469**	.555**	.315	.780**
	Sig. (2-tailed)		.007	.001	.079	.000
	N	32	32	32	32	32
C2	Pearson Correlation	.469**	1	.569**	.617**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.007		.001	.000	.000
	N	32	32	32	32	32
C3	Pearson Correlation	.555**	.569**	1	.536**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.002	.000
	N	32	32	32	32	32
C4	Pearson Correlation	.315	.617**	.536**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.079	.000	.002		.000
	N	32	32	32	32	32
TotalY	Pearson Correlation	.780**	.822**	.827**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32

2. Uji Reliabilitas

a) Variabel Pengalaman Berbelanja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

b) Variabel Kemudahan Transaksi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	10

c) Variabel Kepercayaan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	4

d) Variabel Minat Beli Ulang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

B. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		385
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99739243
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.027
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Model II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		385
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99608609
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.043
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikoleniaritas
   Model I

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	1.363	.601		2.268	.024		
	Pengalaman Berbelanja	.328	.054	.256	6.029	.000	.615	1.625
	Kemudahan Transaksi	.151	.022	.313	6.905	.000	.540	1.851
	Kepercayaan Konsumen	.413	.055	.328	7.579	.000	.592	1.690

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Model II

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	1.363	.601		2.268	.024		
	Pengalaman Berbelanja	.328	.054	.256	6.029	.000	.615	1.625
	Kemudahan Transaksi	.151	.022	.313	6.905	.000	.540	1.851
	Kepercayaan Konsumen	.413	.055	.328	7.579	.000	.592	1.690

a. Dependent Variabel: Minat Beli Ulang

3. Uji Heteroskedastisitas
   Model I

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.018	.322		3.164	.002
	Pengalaman Berbelanja	-.018	.029	-.039	-.624	.533
	Kemudahan Transaksi	.018	.011	.104	1.657	.098

a. Dependent Variabel: ABRESID2

Model II

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.224	.366		3.341	.001
	Pengalaman Berbelanja	-.019	.033	-.037	-.560	.575
	Kemudahan Transaksi	.018	.013	.096	1.381	.168
	Kepercayaan Konsumen	-.012	.033	-.024	-.358	.721

a. Dependent Variabel: ABRESID

4. Uji Linearitas
   a. Pengalaman Berbelanja ke Kepercayaan Konsumen

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan Konsumen * Pengalaman Berbelanja	Between Groups	(Combined)	714.034	27	26.446	7.045	.000
		Linearity	563.087	1	563.087	149.997	.000
		Deviation from Linearity	150.947	26	5.806	1.547	.045
	Within Groups		1340.175	357	3.754		
	Total		2054.210	384			

b. Kemudahan Transaksi ke Kepercayaan Konsumen

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan Konsumen * Kemudahan Transaksi	Between Groups	(Combined)	1556.407	221	7.043	2.306	.000
		Linearity	745.230	1	745.230	244.017	.000
		Deviation from Linearity	811.178	220	3.687	1.207	.101
	Within Groups		497.802	163	3.054		
	Total		2054.210	384			

c. Kepercayaan Konsumen ke Minat Beli Ulang

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli Ulang * Kepercayaan Konsumen	Between Groups	(Combined)	1581.212	29	54.525	11.590	.000
		Linearity	1378.513	1	1378.513	293.034	.000
		Deviation from Linearity	202.699	28	7.239	1.539	.042
	Within Groups		1670.021	355	4.704		
	Total		3251.234	384			

d. Pengalaman Berbelanja ke Minat Beli Ulang

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli Ulang * Pengalaman Berbelanja	Between Groups	(Combined)	1403.235	27	51.972	10.040	.000
		Linearity	1209.706	1	1209.706	233.693	.000
		Deviation from Linearity	193.529	26	7.443	1.438	.079
	Within Groups		1847.998	357	5.176		
	Total		3251.234	384			

e. Kemudahan Transaksi ke Minat Beli Ulang

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Beli Ulang * Kemudahan Transaksi	Between Groups	(Combined)	2552.322	221	11.549	2.693	.000
		Linearity	1415.044	1	1415.044	330.016	.000
		Deviation from Linearity	1137.278	220	5.169	1.206	.103
	Within Groups		698.912	163	4.288		
	Total		3251.234	384			

b. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

1. Model I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639[a]	.408	.405	1.78371

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Pengalaman Berbelanja

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	838.827	2	419.413	131.823	.000[b]
	Residual	1215.383	382	3.182		
	Total	2054.210	384			

a. Dependent Variabel: Kepercayaan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Pengalaman Berbelanja

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.011	.543		5.548	.000
	Pengalaman Berbelanja	.267	.049	.262	5.424	.000
	Kemudahan Transaksi	.173	.019	.450	9.309	.000

a. Dependent Variabel: Kepercayaan Konsumen

Model II

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759[a]	.577	.573	1.90058

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Kemudahan Transaksi

b. Dependent Variabel: Minat Beli Ulang

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1874.984	3	624.995	173.023	.000[b]
	Residual	1376.250	381	3.612		
	Total	3251.234	384			

a. Dependent Variabel: Minat Beli Ulang

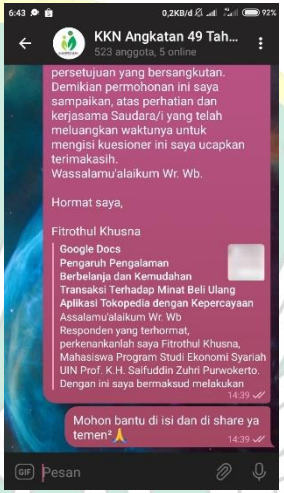
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Kemudahan Transaksi

Coefficients[a]

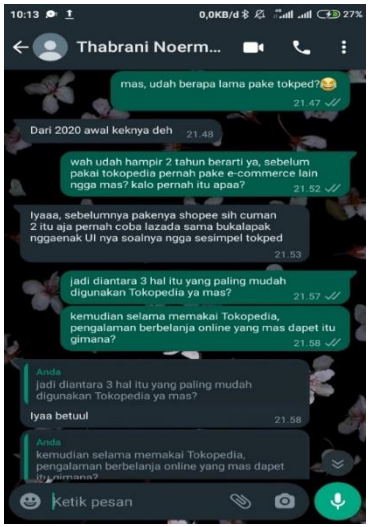
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.363	.601		2.268	.024
	Pengalaman Berbelanja	.328	.054	.256	6.029	.000
	Kemudahan Transaksi	.151	.022	.313	6.905	.000
	Kepercayaan Konsumen	.413	.055	.328	7.579	.000

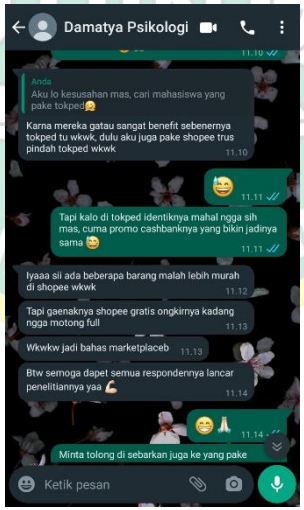
a. Dependent Variabel: Minat Beli Ulang

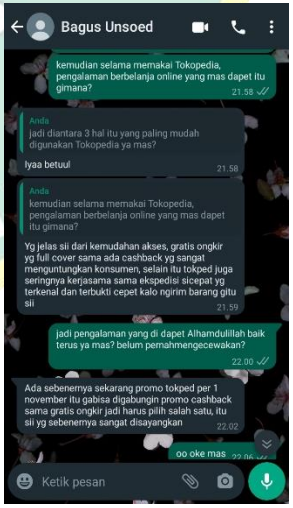
Lampiran VI Bukti Penyebaran Kuesioner Penelitian

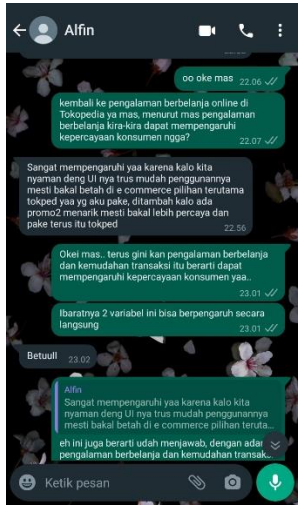


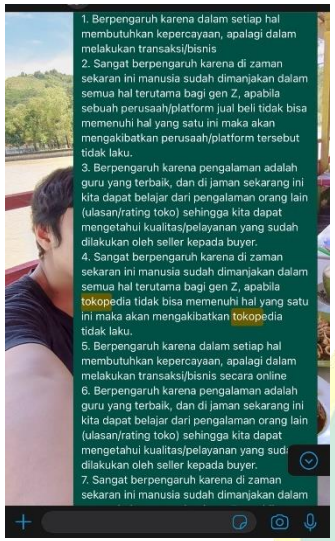
Lampiran VII Bukti Wawancara *Online*

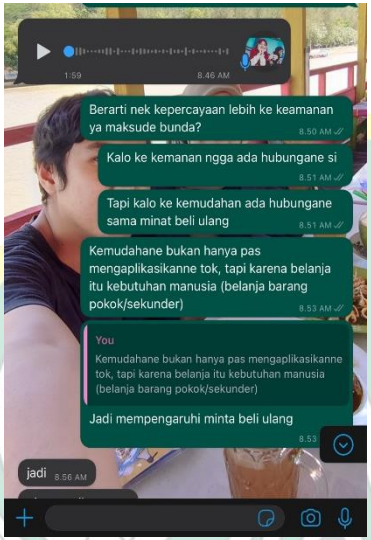


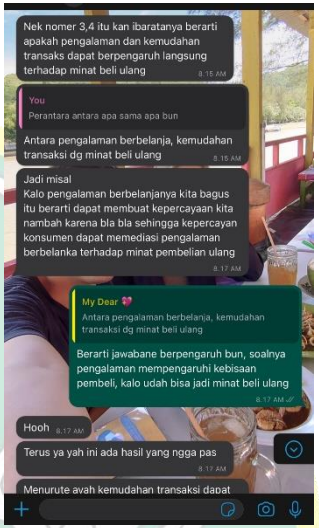


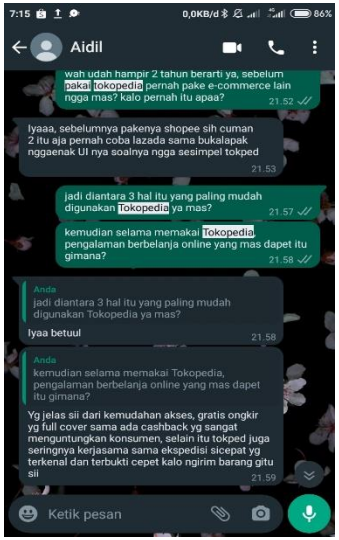


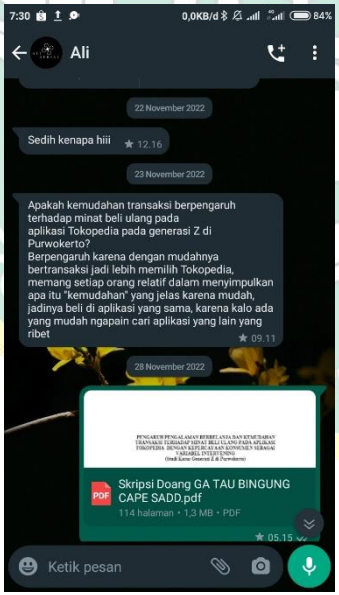


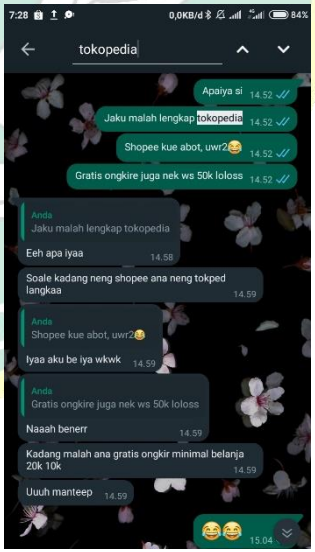

1. Berpengaruh karena dalam setiap hal membutuhkan kepercayaan, apalagi dalam melakukan transaksi/bisnis
2. Sangat berpengaruh karena di zaman sekarang ini manusia sudah dimanjakan dalam semua hal terutama bagi gen Z, apabila sebuah perusaah/platform jual beli tidak bisa memenuhi hal yang satu ini maka akan mengakibatkan perusaah/platform tersebut tidak laku.
3. Berpengaruh karena pengalaman adalah guru yang terbaik, dan di jaman sekarang ini kita dapat belajar dari pengalaman orang lain (ulasan/rating toko) sehingga kita dapat mengetahui kualitas/pelayanan yang sudah dilakukan oleh seller kepada buyer.
4. Sangat berpengaruh karena di zaman sekarang ini manusia sudah dimanjakan dalam semua hal terutama bagi gen Z, apabila tokopedia tidak bisa memenuhi hal yang satu ini maka akan mengakibatkan tokopedia tidak laku.
5. Berpengaruh karena dalam setiap hal membutuhkan kepercayaan, apalagi dalam melakukan transaksi/bisnis secara online
6. Berpengaruh karena pengalaman adalah guru yang terbaik, dan di jaman sekarang ini kita dapat belajar dari pengalaman orang lain (ulasan/rating toko) sehingga kita dapat mengetahui kualitas/pelayanan yang sudah dilakukan oleh seller kepada buyer.
7. Sangat berpengaruh karena di zaman sekarang ini manusia sudah dimanjakan dalam


1:59
8.46 AM
Berarti nek kepercayaan lebih ke keamanan ya maksude bunda?
8.50 AM
Kalo ke kemanan ngga ada hubungane si
8.51 AM
Tapi kalo ke kemudahan ada hubungane sama minat beli ulang
8.51 AM
Kemudahane bukan hanya pas mengaplikasikanne tok, tapi karena belanja itu kebutuhan manusia (belanja barang pokok/sekunder)
8.53 AM
You
Kemudahane bukan hanya pas mengaplikasikanne tok, tapi karena belanja itu kebutuhan manusia (belanja barang pokok/sekunder)
Jadi mempengaruhi minta beli ulang
jadi
8.56 AM


Nek nomer 3,4 itu kan ibaratanya berarti apakah pengalaman dan kemudahan transaks dapat berpengaruh langsung terhadap minat beli ulang
8.15 AM
You
Perantara antara apa sama apa bun
Antara pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dg minat beli ulang
8.15 AM
Jadi misal
Kalo pengalaman berbelanjanya kita bagus itu berarti dapat membuat kepercayaan kita nambah karena bla bla sehingga kepercayan konsumen dapat memediasi pengalaman berbelanka terhadap minat pembelian ulang
8.17 AM
My Dear
Antara pengalaman berbelanja, kemudahan transaksi dg minat beli ulang
Berarti jawabane berpengaruh bun, soalnya pengalaman mempengaruhi kebisaan pembeli, kalo udah bisa jadi minat beli ulang
8.17 AM
Hooh
8.17 AM
Terus ya yah ini ada hasil yang ngga pas
8.17 AM
Menurute avah kemudahan transaksi dapat


7:15
0,0KB/d
86%
Aidil
wah udah hampir 2 tahun berarti ya, sebelum pakai tokopedia pernah pake e-commerce lain ngga mas? kalo pernah itu apaa?
21.52
Iyaaa, sebelumnya pakenya shopee sih cuman 2 itu aja pernah coba lazada sama bukalapak nggaenak UI nya soalnya ngga sesimpel tokped
21.53
jadi diantara 3 hal itu yang paling mudah digunakan Tokopedia ya mas?
21.57
kemudian selama memakai Tokopedia pengalaman berbelanja online yang mas dapet itu gimana?
21.58
Anda
jadi diantara 3 hal itu yang paling mudah digunakan Tokopedia ya mas?
Iyaa betuul
21.58
Anda
kemudian selama memakai Tokopedia, pengalaman berbelanja online yang mas dapet itu gimana?
Yg jelas sii dari kemudahan akses, gratis ongkir yg full cover sama ada cashback yg sangat menguntungkan konsumen, selain itu tokped juga seringnya kerjasama sama ekspedisi sicepat yg terkenal dan terbukti cepet kalo ngirim barang gitu sii
21.59
Ketik pesan


7:30
0,0KB/d
84%
Ali
22 November 2022
Sedih kenapa hiii
12.16
23 November 2022
Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi Tokopedia pada generasi Z di Purwokerto?
Berpengaruh karena dengan mudahnya bertransaksi jadi lebih memilih Tokopedia, memang setiap orang relatif dalam menyimpulkan apa itu "kemudahan" yang jelas karena mudah, jadinya beli di aplikasi yang sama, karena kalo ada yang mudah ngapain cari aplikasi yang lain yang ribet
09.11
28 November 2022
Skripsi Doang GA TAU BINGUNG CAPE SADD.pdf
114 halaman • 1,3 MB • PDF
05.15
Ketik pesan


7:28
0,0KB/d
84%
tokopedia
Apaiya si
14.52
Jaku malah lengkap tokopedia
14.52
Shopee kue abot, uwr2
14.52
Gratis ongkire juga nek ws 50k loloss
14.52
Anda
Jaku malah lengkap tokopedia
Eeh apa iyaa
14.58
Soale kadang neng shopee ana neng tokped langkaa
14.59
Anda
Shopee kue abot, uwr2
Iyaa aku be iya wkwk
14.59
Anda
Gratis ongkire juga nek ws 50k loloss
Naaah benerr
14.59
Kadang malah ana gratis ongkir minimal belanja 20k 10k
14.59
Uuuh manteep
14.59
15.04

Lampiran VIII Sertifikat BTA/PPI

IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/010/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

FITROTHUL KHUSNA

1817201012

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	80
2. Tartil	70
3. Tahfidz	70
4. Imla'	100
5. Praktek	70

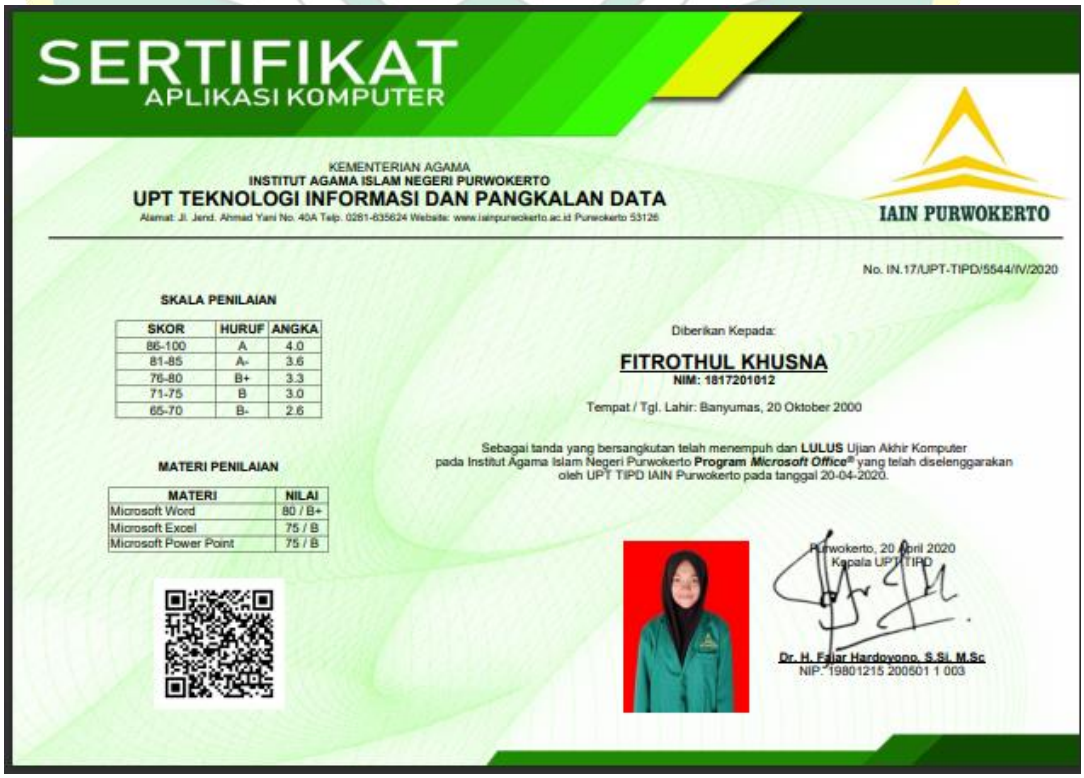
NO. SERI: MAJ-2018-MB-037

Sebagai tanda yang bersangkutan telah **LULUS** dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 10 Oktober 2018
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002

Lampiran IX Sertifikat Aplikom



SERTIFIKAT
APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126

IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/5544/IV/2020

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	75 / B

Diberikan Kepada:

FITROTHUL KHUSNA
NIM: 1817201012

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 20 Oktober 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto **Program *Microsoft Office®*** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto pada tanggal 20-04-2020.

Purwokerto, 20 April 2020
Kepala UPT TIPD

Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran X Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab

IAIN PURWOKERTO

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

www.iainpurwokerto.ac.id عنوان: شارع جندرل أحمد يانى رقم: ٤٠أ، بوروكرتو ٥٣١٢٦، هاتف ٦٣٥٦٢٤-٠٢٨١

الشهادة

رقم: ن/٧/ /UPT.Bhs /PP.٠٠٩/ ٢٠١٨/٩٩٦٦

منحت الى

الاسم : فطرة الحسنى

المولودة : بيانيوماس، ٢٠ أكتوبر ٢٠٠٠

الذي حصل على

فهم المسموع : ١٨

فهم العبارات والتراكيب : ٣٠

فهم المقروء : ١٨

النتيجة : ٤٥٠

في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٢٣ مايو ٢٠١٨

بوروكرتو، ٣٠ أكتوبر ٢٠١٨
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

الدكتور صبون الماجستير
رقم التوظيف: ٠٠٥ ١ ١٩٩٣٠٣ ١٩٦٧٠٣٠٧

ValidationCode

Lampiran XI Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris

MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

EPTIP CERTIFICATE
(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)
Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/9568/2018

This is to certify that

Name : FITROTHUL KHUSNA
Date of Birth : BANYUMAS, October 20th, 2000

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on May 23rd, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 18
2. Structure and Written Expression : 30
3. Reading Comprehension : 18

Obtained Score : 450

The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.

ValidationCode

Purwokerto, October 30th, 2018
Head of Language Development Unit,

Dr. Subur, M.Ag.
NIP. 19670307 199303 1 005

Lampiran XII Sertifikat KKN

LPPM

Sertifikat

Nomor : 180/K.LPPM/KKN.49/05/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **FITROTHUL KHUSNA**
NIM : **1817201012**
Fakultas/Prodi : **EKONOIMI DAN BISNIS ISLAM / ESY**

Telah Mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-49 Tahun 2022 dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **87** (**A**)

Purwokerto, 30 Mei 2022
Ketua,

Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Lampiran XIII Sertifikat PPL

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1160/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Fitrothul Khusna
NIM : 1817201012

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021 di :

LAZISMU KABUPATEN BANYUMAS

Periode Juli 2021 sampai dengan Agustus 2021 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H.Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021
Kepala Laboratorium FEBI

H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran XIV Sertifikat PBM

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Fitrothul Khusna
NIM : 1817201012

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **88 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H.Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021
Kepala Laboratorium FEBI

H. Sochimin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran XV Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 3236/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/9/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama	:	Fitrothul Khusna
NIM	:	1817201012
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Pembimbing	:	Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.S
Judul	:	Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Kemudahan Transaksi, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Pada Generasi Z di Purwokerto)

Pada tanggal 26/09/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 28 September 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran XVI Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF
Nomor: 1693/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama	:	Fitrothul Khusna
NIM	:	1817201012
Program Studi	:	Ekonomi Syariah

Pada tanggal 08/06/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,

dengan nilai : **86 / A**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **10 Juni 2022**
Koord. Prodi Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran XVII **Biodata Penulis**

Biodata Penulis

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fitrothul Khusna
2. NIM : 1817201012
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 20 Oktober 2000
4. Alamat Rumah : Kebarongan Rt 02/13 Kemranjen, Banyumas
5. Nama Orang Tua

   Nama Ayah : Kasiran

   Nama Ibu : Muslimah
6. E-mail : khusnaila2030@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. MI WI Kebarongan (2006-2012)
2. MTs WI Kebarongan (2012-2015)
3. MA WI Kebarongan (2015-2018)
4. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. PK IMM Yunus Anis UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Korkom Ahmad Dahlan UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. IKAPMAWI Banyumas
4. HMJ Ekonomi Syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. FAC UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto