

Lampiran 1

KUISIONER

1. Data responden

a. Nama :

b. Alamat :

c. Jenis kelamin* : ☐ Pria ☐ Wanita

d. Usia : ☐ Tahun

e. Pendidikan terakhir* : ☐ SLTP ☐ Diploma/Sarjana

☐ SLTA Sederjat

a. Frekuensi Pembelian menggunakan Aplikasi Shopee

1 – 2 kali ☐

3 – 4 kali ☐

5– 6 kali ☐

>6 ☐

Responden

*Berilah tanda check list (☒) pada jawaban yang sesuai dengan data diri anda.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terdiri dari pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban.
2. Setiap pertanyaan hanya memerlukan 1 (satu) jawaban.
3. Cara mengisi jawaban dengan cara memberi tanda check list (√) pada kolom yang sesuai pilihan anda.
4. Jawablah semua pertanyaan yang ada dan tidak ada jawaban yang benar atau salah.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju : Nilai 5

S = Setuju : Nilai 4

N = Netral : Nilai 3

TS = Tidak Setuju : Nilai 2

STS = Sangat Tidak Setuju: Nilai 1

1. *Online Customer Review (X1) Mudambi & Schuff (2010)*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa ulasan online memberikan manfaat nyata bagi saya sebelum membeli produk					
2.	Saya percaya bahwa sumber ulasan memberikan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan					
3.	Argumen yang diberikan dalam ulasan bersifat logis dan masuk akal.					
4.	Saya dapat dengan mudah mengetahui apakah ulasan tersebut bernada positif atau negatif					

2. *Online Customer Rating (X2) Park Lee, & Han (2007)*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan yang saya terima selalu sesuai dengan yang dijanjikan					
2.	Rating online membantu saya mengurangi risiko membeli produk yang tidak sesuai					
3.	Saya merasa nyaman menggunakan <i>rating</i> online sebagai dasar pertimbangan sebelum membeli produk					
4.	Saya bisa mengontrol informasi yang saya terima atau bagikan saat menggunakan layanan ini					

3. *Kepercayaan Konsumen (Y) Karahanna & Straub (2003)*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya penjual selalu memberikan informasi yang jujur.					
2.	Saya yakin penjual memiliki pengetahuan yang baik tentang produk					
3.	Saya percaya penjual akan menepati janjinya					
4.	Saya merasa penjual benar-benar peduli terhadap kebutuhan saya.					
5.	Saya percaya informasi yang disampaikan oleh penjual dapat dipercaya.					

UJI VALIDITAS

Correlations

		OCR1	OCR2	OCR3	OCR4	TOTAL
OCR1	Pearson Correlation	1	.675**	.915**	.627**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
OCR2	Pearson Correlation	.675**	1	.626**	.907**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
OCR3	Pearson Correlation	.915**	.626**	1	.710**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
OCR4	Pearson Correlation	.627**	.907**	.710**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.900**	.889**	.908**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

Correlations

		Online Customer Rating	Online Customer Rating	Online Customer Rating	Online Customer Rating	Online Customer Rating
Online Customer Rating	Pearson Correlation	1	.757**	.038	.051	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.756	.676	.000
	N	80	80	80	80	80
Online Customer Rating	Pearson Correlation	.757**	1	.180	.107	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.166	.382	.000
	N	80	80	80	80	80
Online Customer Rating	Pearson Correlation	.038	.180	1	.909**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.756	.166		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
Online Customer Rating	Pearson Correlation	.051	.107	.909**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.676	.382	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
Online Customer Rating	Pearson Correlation	.662**	.731**	.732**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

Correlations

		KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	TOTAL
KK1	Pearson Correlation	1	.688**	.847**	.682**	.800**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
KK2	Pearson Correlation	.688**	1	.812**	.527**	.764**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
KK3	Pearson Correlation	.847**	.812**	1	.713**	.921**	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
KK4	Pearson Correlation	.682**	.527**	.713**	1	.709**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
KK5	Pearson Correlation	.800**	.764**	.921**	.709**	1	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.900**	.850**	.962**	.812**	.939**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	4

UJI ASUMSI KLASIK

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39492192
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.074
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.165 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.231	3.447		-1.807	.075
	Online Customer Review	.822	.161	.502	5.090	.000
	Online Customer Rating	.736	.212	.342	3.471	.001

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.265	1.215		-.218	.828		
	Online Customer Review	1.252	.041	.974	30.210	.000	.899	1.112
	Online Customer Rating	.024	.041	.019	.581	.563	.899	1.112

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-3.858	3.434		-1.123	.265
	Online Customer Review	.745	.159	.484	4.670	.000
	Online Customer Rating	.806	.218	.331	3.194	.002

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

UJI, T, F DAN DITERMINASI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	320.110	2	160.055	36.913	.000 ^b
	Residual	286.180	66	4.336		
	Total	606.290	68			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Online Customer Rating , Online Customer Review

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.858	3.434		-1.123	.265
	Online Customer Review	.745	.159	.484	4.670	.000
	Online Customer Rating	.806	.218	.331	3.194	.002

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.528	.514	2.08232

a. Predictors: (Constant), Online Customer Rating , Online Customer Review

NO	Online Customer Review				TOT AL	Online Customer Rating				TOT AL	KEPERCAYAAN KONSUMEN					TOT AL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X.3	X.4		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
2	4	5	5	5	19	5	3	3	3	14	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	12	3	5	5	5	18	3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	20	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	25
7	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
8	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
9	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	3	4	3	4	5	19
10	4	4	5	5	18	3	3	4	5	15	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
12	4	3	4	3	14	4	4	4	5	17	4	4	4	3	4	19
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
14	3	5	3	5	16	4	5	3	3	15	3	3	3	5	3	17
15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
16	3	3	3	3	12	4	5	5	5	19	3	3	3	3	3	15
17	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
18	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	4	3	16
19	5	5	5	5	20	5	5	3	3	16	5	5	5	5	5	25
20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	4	3	4	21
21	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25
22	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	3	3	3	4	3	16
23	5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	5	5	5	5	5	25
24	5	3	5	3	16	5	5	5	5	20	5	5	4	3	4	21
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
26	3	5	3	5	16	4	4	4	5	17	3	5	3	5	3	19
27	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20	5	3	3	4	3	18
28	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	5	5	5	4	5	24
29	5	3	5	3	16	5	5	5	5	20	3	5	5	3	5	21
30	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	5	3	4	5	4	21
31	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
32	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	5	5	5	4	5	24
33	3	3	3	3	12	5	5	3	3	16	3	5	3	3	3	17
34	3	4	5	5	17	5	5	4	5	19	5	3	5	5	5	23
35	5	5	5	5	20	4	4	3	3	14	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	3	4	21
37	4	4	4	4	16	3	3	5	5	16	4	3	3	4	4	18
38	4	3	5	5	17	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25

43	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	20	5	5	3	3	16	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	20	4	4	3	3	14	5	5	5	5	5	25
46	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
47	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
48	5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	5	5	5	5	4	24
49	5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	20	5	5	3	3	16	5	4	4	5	5	23
51	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15
52	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
54	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
55	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	20	5	5	3	3	16	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	5	5	5	5	5	25
59	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
62	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
66	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	20	4	3	5	5	17	5	5	5	5	5	25
68	5	5	5	5	20	5	3	4	5	17	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25

BIODATA PENULIS



Galang Mauladan, adalah penulis skripsi ini. Penulis dilahirkan di Cilacap tanggal 09 Mei 2003 sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Imam Sholihin dan Ibu Saodah yang bertempat tinggal di Dusun Bugelsapang Rt 001 Rw 010 Desa Bojong, Kecamatan Kawunganten, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Penulis menempuh Pendidikan Menengah Atas di MA PP Darul Qurro Kawunganten, lulus pada Tahun 2020. Pada tahun 2021 Penulis diterima di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di Universitas Nahdlatul Ulama AlGhazali Cilacap.

Penulis dapat dihubungi
melalui email :
galangmauladan@gmail.com