

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Jamaluddin (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik Teori Dan Aplikasi (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Alma B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi Dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Harapan*, 3(3), 221-233.
- Bagus Maulan Ardhi, 2020. *Pengaruh Kualitas website Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian*. Bandung: Universitas Telkom.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2014). Technology socialness and Web site satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 89, 12- 25.
- Basuki, Kustiadi, and Noviana Devi. "Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Allianz Life Indonesia Di Jakarta." *MEDIA MANAJEMEN JASA* 3.2 (2016).
- Bernarto, Innocentius. "Pengaruh Perceived Value, Customer Satisfaction dan Trust terhadap Customer Loyalty Restoran XYZ di Tangerang." *JOURNAL FOR BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP* 1.1 (2017).
- Carl McDaniel, 2011. *Marketing Research*. USA: Wiley.
- Chaffey, D., & Allen, R. (2015). *Managing Digital Marketing in 2015*. Smart Insights. Recuperado de <http://www.smartinsights.com/guides/managingdigitalmarketing-2015>.
- U. da C. Leonidio, R. M. da S. Montezano, and F. A. de Carvalho, "Evaluation of the perceived Quality of the website of an Online Bookstore: an Empirical Application of the Carnes and Vidgen Model," *JISTEM J. Inf.*

- Danang Sunyoto (2013). Metode dan Instrumen Penelitian (Untuk Ekonomi dan Bisnis). Yogyakarta: CAPS.
- Darmawan, D. (2014). Inovasi Pendidikan Pendekatan Praktik Teknologi Multimedia dan Pembelajaran Online. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Dhadang, D., Amboningtyas, D., & Malik, D. (2017). The Influence Of Location, Price, And Promotion To Customer Loyalty (Case Study Of Photocopy Buisness In Ronggolawe Shop Semarang). *Journal of Management*, 3(3).
- Diana, L., Arifin, R., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Kualitas website, Perceived Value Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Bumiayu Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(05).
- Endang, Tjahjaningsih. 2013. Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, 28 (2), 23-26.
- Fahmi, M., & Prayogi, M. A. (2018). *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 2(3), 121-130.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. 4(2), 10.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh perceived value dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Fauzi, M. I., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). PENGARUH KUALITAS website TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ONLINE SHOP MELALUI KEPERCAYAAN (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang Prodi Manajemen Angkatan 2015-2018). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(07).

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giao, H., Vuong, B., & Quan, T. (2020). The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust and e-satisfaction: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 351-370.
- Gregg, D. G., & Walczak, S. (2010). The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. *Electronic Commerce Research*, 10(1), 1-25.
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi, Bandung : Aditama.
- Insani, N,A (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Perceived Value, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. Bandung: Universitas Telkom.
- Ismail, Muhammad. (2012). Strategi Pemasaran untuk membangun Citra dan Loyalitas Merek. Bandung: PT.Penerbit IPB press.
- Javed, Farheen, and Sadia Cheema. "Customer satisfaction and customer perceived value and its impact on customer loyalty: the mediational role of customer relationship management." *Journal of Internet Banking and Commerce* 22.S8 (2017).
- K Khoirulloh, AT Haryono, HS Wulan - *Journal of Management*, 2018
- Khurshid, A, Ramiz, M., Qasim, M., Rizwan, M., & Aslam, F. (2014). The comparative analysis of the factors effecting brand loyalty towards Samsung products. *Journal of Sociological Research*, 5(1), 327-349.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Principles of marketing-global edition.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, (2012). Principles of marketing: an Asian perspective. Pearson/Prentice-Hall.

- Kurniasih, I. D. (2012). Pengaruh Perceived Value Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 37-45.
- Kusmarini, Resty Anugrah. Pengaruh persepsi atmosfer, persepsi nilai dan nilai hedonik terhadap loyalitas konsumen melalui kualitas layanan warunk upnormal. Diss. Institut Pertanian Bogor, 2019.
- Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of mediation effect of consumer satisfaction on the effect of service quality, price and consumer trust on consumer Loyalty. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 412-428.
- Maulani, A. I., & Trenggana, A. F. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, E-trust Dan E-lifestyle Terhadap Repurchase Intention Melalui CustomerSatisfaction Sebagai Variabel Intervening (studi Pada KonsumenTokopedia Di Kota Jakarta). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Muhyidin, U. (2015). Pengaruh bauran pemasaran jasa pendidikan terhadap keputusan mahasiswa memilih perguruan tinggi swasta di Jawa Barat.
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Piarna, R. (2014). Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas website terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi pada E- commerce (Studi pada Pelanggan E-commerce di Indonesia). *Jurnal aplikasi Manajemen*, 12(1), 10-21.
- Piarna, R. (2016). Pengaruh Kualitas website Terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E- commerce. *Jurnal*

Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 1(2).

Prasetyani, I. R., & INDRIANI, F. (2012). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN NETIZEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY SERIES (Studi pada netizen di kota Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Priyanto. 2012. Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS. Yogyakarta: Cv Andi Offest.

Puspitasari, An Nisaa. "Pengaruh Kualitas Website Terhadap Nilai Yang Dipersepsikan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Studi Pada Pelanggan Toko Sepatu Wanita [www. iwearup. com.](http://www.iwearup.com)" Jurnal Administrasi Bisnis 5.2 (2013).

Putri, D. G. D., & Santoso, S. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai Yang Dirasakan, Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT. Pos Indonesia (Persero)). Diponegoro Journal of Management, 7(1), 30-42.

Rafiah, K. K. (2019). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM BERBELANJA MELALUI E-COMMERCE DI INDONESIA. 5(1).

Rico, Melitina Tecolau, Soengeng Wahyoedi, and Eka Desy Purnama. "The Effects of Trust, Service Quality\ and Perceived Valueon Satisfaction and Their Impact on Loyalty." Proceedings of the 7th International Conference on Entrepreneurship andBusines Management (ICEBM Untar). 2019.

Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi perceived value terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Jurnal Bisnis Dan Komunikasi, 4(1), 29-37.

Rostiani, Dina Aditia, and Dinda Amanda Zuliestiana. "Analisis Kualitas Website Dan Nilai Yang Dirasakan Dari Hubungan Konsumen Terhadap Loyalitas

Online Pada Situs Jd. id Di Indonesia: Analysis Website Quality And Perceived Value Of Consumer Relationship Toward Online Loyalty On Jd. id Website In Indonesia." eProceedings of Management 6.1 (2019).

Sarwono, Jonathan dan K. Prihartono, A.H 2012. Perdagangan Online (e-Commerce) Cara Bisnis Internet. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sethio, Elwin Dwijaya. "Pengaruh Kualitas layanan Elektronik terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia." Agora 6.2 (2018).

Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., 2014, Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol 8 No 2.

Silalahi Ulber. (2017). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. PT. Refika Aditama.

Simanjuntak,D.S.(2016).PENGARUH PROMOSI JABATAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KEMENTERIAN PEKERJAAN UMUMDAN PERUMAHAN RAKYAT MEDAN.

Simanjuntak, U. B. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Perceived Value, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa

SorayaR.A.(2019).PENGARUHKualitas websiteTERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Marketplace Zalora).

Srivastava, S., Punyani, K., & Arora, S. (2015). The Noxious Nanoparticles. In Free Radicals in Human Health and Disease(pp 31-41). Springer, New Delhi.

Sugiyono. (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakanke-25). Bandung: Alfabeta.

Suryana, P., & Haryadi, M. R. (2019). STORES ATMOSPHERE AND

PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS IMPACT ON
CONSUMER LOYALTY. TRIKONOMIKA, 18(1), 30- 34.

Traver, C. G., & Laudon, K. C. (2012). E-commerce: business,
technology, society. Pearson Higher Ed.

Umar , Husein (2014). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Cetakan
ke- 13). Jakarta PT. Raja Grafindo Persada.

Wong, D. (2017). Pengaruh ability, benevolence dan integrity terhadap trust,
serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e- commerce: studi
kasus pada pelanggan e-commerce di UBM. Jurnal Riset
Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 2(2), 155-168.

Bisnis.tempo.co (2021). Sri Mulyani Sebut Transformasi Digital Dorong
Perekonomian. <https://bisnis.tempo.co> (diakses pada 18 Maret 2021)

<https://www.katadata.co.id/>, diakses pada tanggal 20 Maret 2021

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> diakses pada tanggal 19
Maret 2021

<https://www.apple.com/id/app-store/> diakses pada tanggal 21 Maret 2021

<https://play.google.com/store> diakses pada tanggal 21 Maret 2021

<https://infokomputer.grid.id/> diakses pada tanggal 19 Maret 2021

<https://apjii.or.id/survei> diakses pada tanggal 15 Maret 2021

LAMPIRAN I : KUESIONER

Dengan hormat,

Responden yang terhormat, Saya adalah mahasiswa jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai "PENGARUH KUALITAS *website*, *perceived value*, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pengguna Tokopedia di Kota Makassar)"

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya mohon bantuan Ibu/Saudari untuk berkenan meluangkan waktu mengisi/memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Apapun yang Ibu/Saudari jawab di kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah, namun saya mohon agar Ibu/Saudari menjawab semua pertanyaan secara lengkap sesuai ketentuan. Atas perhatian dan waktu yang Ibu/Saudari berikan untuk mengisi/memberikan jawaban, Saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Nurul Afni

- Semua informasi yang dicantumkan dijaga kerahasiannya. Penelitian ini digunakan untuk tujuan ilmiah.
- Kuesioner ini diperuntukkan bagi responden yang pernah melakukan belanja/pembelian online
- Kuesioner ini terdiri dari tiga bagian

Pertanyaan I

Nama Responden :

Umur Responden :

Berapa kali anda melakukan transaksi pada

webs/Tokopedia? Pertanyaan II

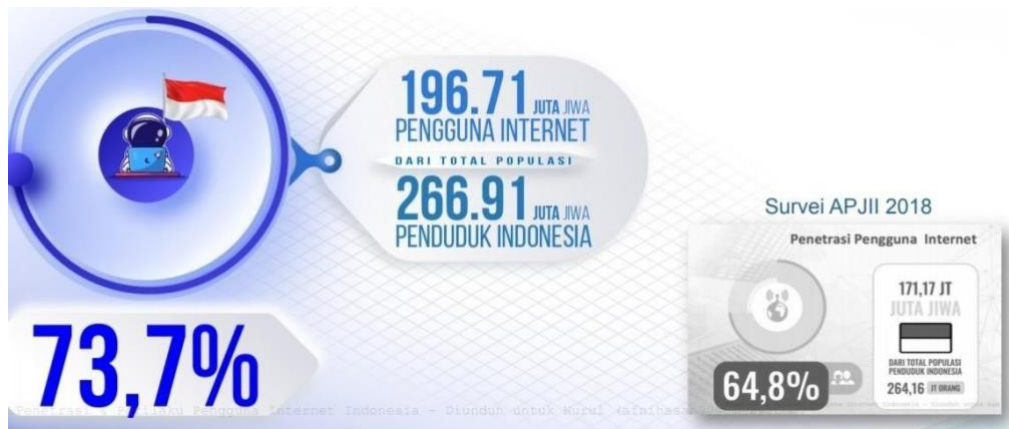
Variabel	Dimensi	Pernyataan	SS	S	C	TS	ST S
Kualitas <i>website</i> (X1)	Kualitas Kegunaan	<i>website</i> Tokopedia mudah untuk digunakan					
		<i>website</i> Tokopedia Memiliki kemudahan navigasi					

		<i>website</i> Tokopedia memiliki desain yang sesuai dengan jenis web					
		Komponen <i>website</i> Tokopedia yang ditampilkan sesuai dengan kebutuhan					
	Kualitas Informasi	<i>website</i> Tokopedia Menyediakan informasi yang cukup jelas					
		<i>website</i> Tokopedia Menyediakan informasi yang dapat dipercaya					
	Kualitas Interaksi	<i>website</i> Tokopedia Secara keseluruhan penggunaan komponen web tidak mengalami error					
		<i>website</i> Tokopedia Menjamin tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disajikan.					
perceived value (X2)	Emotional Value	Saya merasa sangat senang menggunakan Tokopedia .untuk melakukan transaksi online					
	Social Value	Saya percaya bahwa menggunakan Tokopedia memiliki citra yang baik					
	Performance Value	Tokopedia memberikan kualitas yang baik sesuai					

		dengan yang dijanjikan					
	Price/ Money Value	Harga yang diberikan Tokopedia sesuai dengan kualitas yang didapatkan.					
Promosi (X3)	Periklanan	Iklan Tokopedia menarik perhatian					
	Promosi Penjualan	Promosi yang dilakukan Tokopedia dapat menarik dan informatif					
	Hubungan Masyarakat	Promosi yang dilakukan Tokopedia bersifat jujur dan sesuai dengan keadaan sebenarnya					
	Penjualan Perseorangan	Kegiatan promosi dilakukan Tokopedia melalui berbagai saran media					
Loyalitas pelanggan (Y)	Melakukan pembelian secara teratur	Saya melakukan pembelian secara teratur					
	Membeli antar lini produk	Saya membeli antar lini produk Tokopedia					
	Merekomendasikan kepada orang lain	Saya merekomendasikan produk Tokopedia kepada orang lain					
	Menunjukkan kekebalan produk pesaing	Saya Menunjukkan kekebalan produk pesaing Tokopedia kepada orang lain					

Kepercayaan Pelanggan (Z)	Jaminan kepuasan	Tokopedia Memberikan kepuasan kepada pelanggan					
		Tokopedia Dapat memenuhi janji					
	Perhatian	Tokopedia Memenuhi tanggung jawab terhadap pelanggan					
		Tokopedia Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan					
	Keterusterangan	Tokopedia dapat dipercaya					
		Informasi Tokopedia yang ditawarkan jujur					

Lampiran 2 : Data dan Ulasan Pelanggan Bab 1

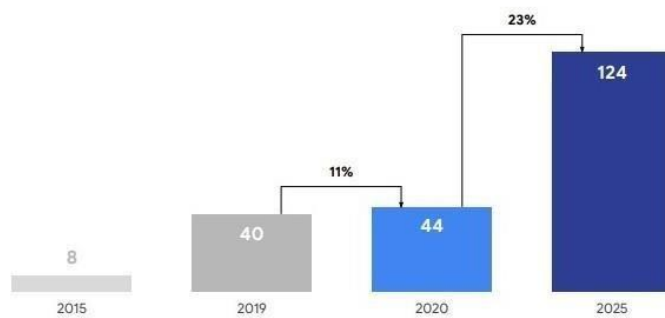


Indonesia

Ekonomi digital capai **\$44 miliar** di tengah banyaknya tantangan

PDB ekonomi digital (miliar USD)

CAGR

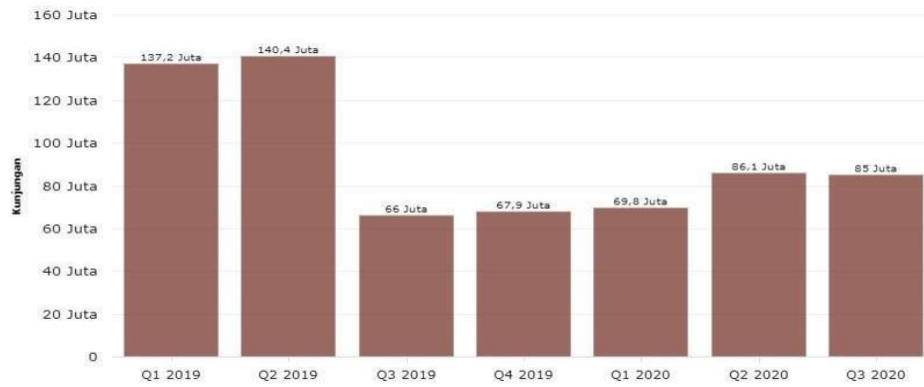


Sumber: Bain Analysis

Google TEMASEK BAIN & COMPANY



Rata-Rata Kunjungan Web Bulanan Tokopedia



katadata.com

databoks

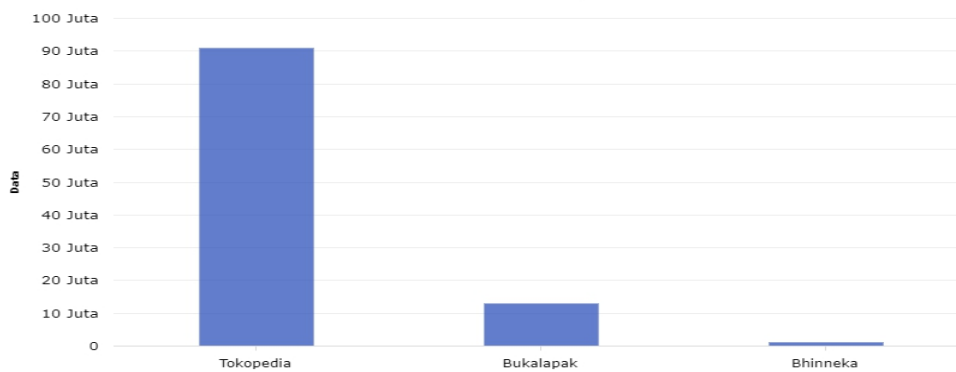
Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2023


















katadata.com

databoks

Jumlah Data E-Commerce yang Dicuri



Toko Online		Pengunjung Web Bulanan
1	 Tokopedia	65,953,400
2	 Shopee	55,964,700
3	 Bukalapak	42,874,100
4	 Lazada	27,995,900
5	 Blibli	21,395,600
6	 JD ID	5,524,000
7	 Bhinneka	5,037,700
8	 Sociolla	3,988,300
9	 Orami	3,906,400

Toko Online		Pengunjung Web Bulanan
1	 Shopee	96,532,300
2	 Tokopedia	84,997,100
3	 Bukalapak	31,409,200
4	 Lazada	22,674,700
5	 Blibli	18,695,000
6	 JD ID	4,785,800
7	 Orami	3,071,900
8	 Bhinneka	2,803,800
9	 Sociolla	1,986,700

17:41
 Tokopedia - Bebas Ongkir 4,7 ★
 Ratings and reviews
 Hai Kak Rian, mohon maaf atas ketidaknyamanan yang Kakak alami ya. Kami sarankan Kakak dapat menghubungi Tokopedia Care dengan infokan detailnya di link tkp.me/supportMainapps ya. -DK

RAJA NA PASANG RAJA GUK GUK
 ★★★★★ 14/03/2021
 RUMAH TOPED SELALU BERMASALAH/TIDAK BISA DOWNLOAD) UPDATE SISTEM WALAUPUN KONEKSI INTERNET LANCAR, MAIN GAME ONLINE DAN DOWNLOAD LANCAR. KARENA RUMAH TOPED BERMASALAH MEMBUAT SAYA TERPAKSA MEMBATALKAN SEMUA RENCANA BELANJA DAN MENGHAPUS SEMUA WISHLIST / DAFTAR KEINGINAN BELANJA SAYA. SEMUA LINK DAN NO REFERENSI UNTUK PELANGGAN TIDAK BERFUNGSI. UPGRADE PERCUMA / TIDAK BERGUNA !!! SAYA MAU BELANJA BUKAN UNTUK CUCI MATA !!!

No SIM 02.06
 Back Ratings & Reviews
 Sistem yang aneh Tue
 ★★★★★ Pentolkorek
 Sempat transaksi di tokopedia menggunakan promo cashback, tapi setelah transaksi tidak menerima cashback. Dikatakan saya melanggar salah satu poin transaksi dan cashback tidak bisa diterima. Kemudian saya tanyakan di poin mana saya melanggar? Anehnya tidak bisa diberitahu di poin mana saya melanggar dengan alasan hanya untuk internal tokopedia. Kalau begini bagaimana kedepannya customer tahu supaya tidak melanggar? Sedangkan ditanya detail pelanggaran saja tidak diberitahu.

04:42
 Tokopedia - Bebas Ongkir 4,7 ★
 Ratings and reviews

04:40
 Tokopedia - Bebas Ongkir 4,7 ★
 Ratings and reviews

S Susi Ratna sari
 ★★★★★ 16/03/2021
 Sangat sangat kecewa ,saya sering belanja di toko pedia ,tiba tiba tidak bisa pakai promo&kouta bebas ongkiryah ,bilangyah saya melanggar ketentuan syarat ditoko pedia ,tapi saya gk tau melanggar apaan ,saya gak ngapa ngapain ,saya selalu belanja ,pengguna setia toko pedia ,jadi males udah kaya gini mah .

Ridwan amirudin
 ★★★★★ 06/03/2021
 Menyakitkan. Saya baru pertamakali memesan barang melalui tokped. Dan saya mendapatkan kupon promo potongan 75 ribu. Tapi kupon promo 75 ribunya tidak bisa dipakai buat transaksi Dan saya dituduh melakukan manipulasi transaksi penggunaan promo yg melebihi batasan. Kan aneh. Baru pertama kali belanja. Sudah dituduh seperti itu Payah, ini jadinya pembohongan dan pembodohan konsumen.

Lampiran 3 Output SPSS 25.0

1. Uji Regresi dan Normalitas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.594 ^a	.353	.348	3.548

a. Predictors: (Constant),
PROMOSI, PERCEIVED VALUE, KUALITAS
WEBSITE

b. Dependent Variable: KEPERCAYAAN PELANGGAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2714.022	3	904.674	71.870	.000 ^b
	Residual	4984.676	396	12.588		
	Total	7698.698	399			

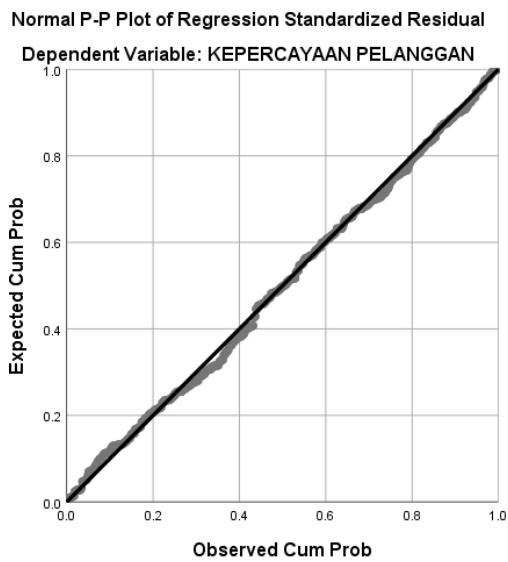
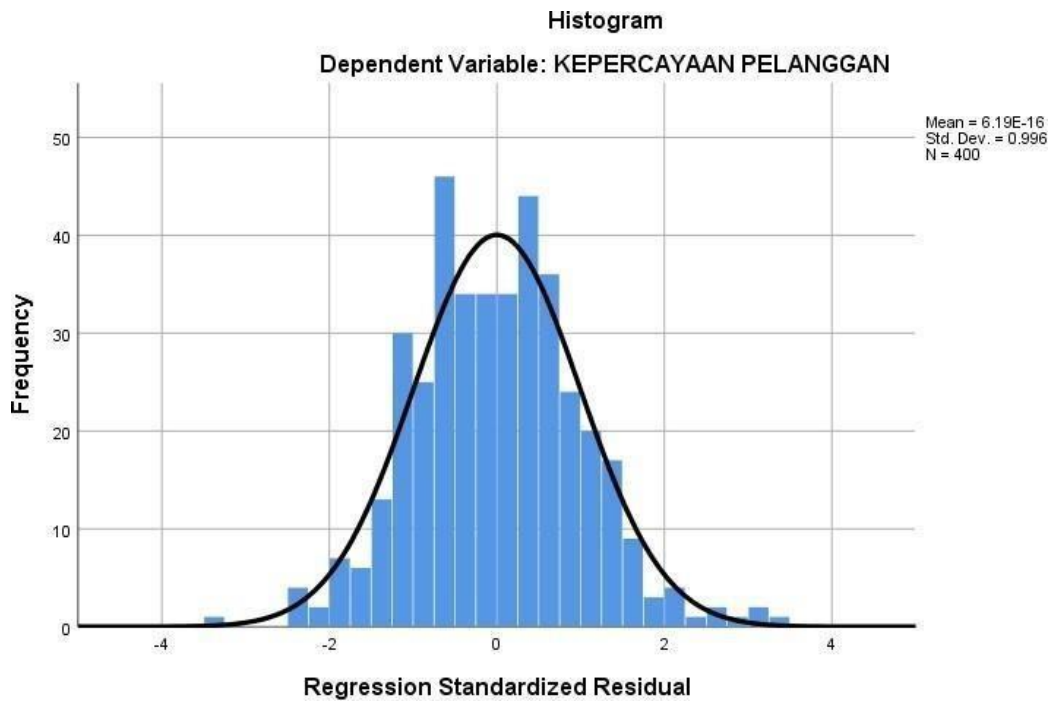
a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN PELANGGAN

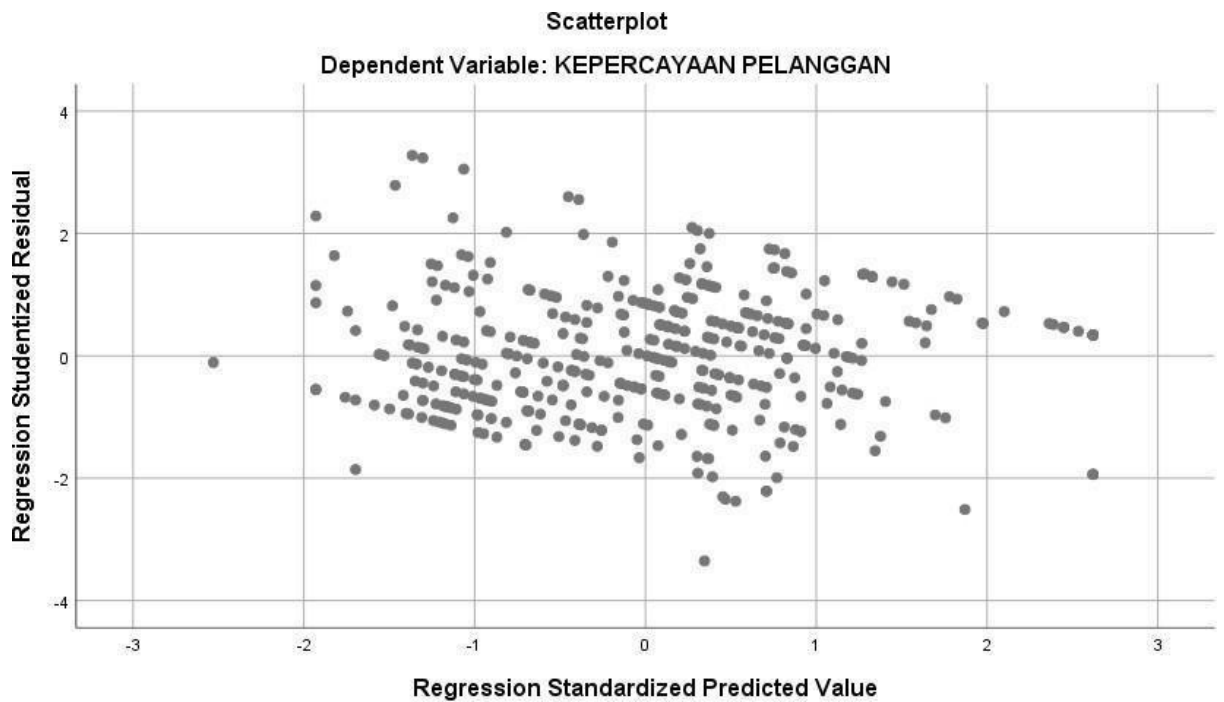
b. Predictors: (Constant), PROMOSI, PERCEIVED VALUE, KUALITAS WEBSITE

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero Inflation	VIF
1	(Constant)	9.248	2.247		4.116	.000		
	KUALITAS WEBSITE	.282	.047	.364	6.054	.000	.451	2.216
	PERCEIVED VALUE	.224	.078	.155	2.854	.005	.557	1.795
	PROMOSI	.202	.074	.152	2.739	.006	.527	1.896

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN PELANGGAN





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53453277
Most Extreme Differences	Absolute	.037
	Positive	.037
	Negative	-.024
Test Statistic		.037
a. Test distribution is Normal.		.200 ^{c,d}

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	.715 ^a	.512	.507	2.147

a. Predictors: (Constant),
KEPERCAYAAN PELANGGAN, PERCEIVED
VALUE, PROMOSI, KUALITAS WEBSITE

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1907.854	4	476.963	103.514	.000 ^b
	Residual	1820.044	395	4.608		
	Total	3727.897	399			

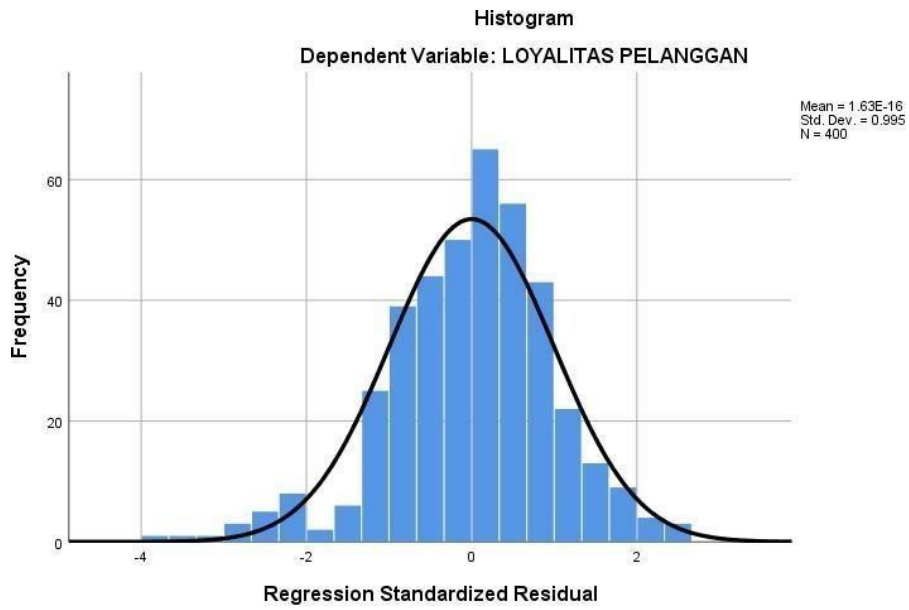
a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN PELANGGAN,
PERCEIVED VALUE, PROMOSI, KUALITAS WEBSITE

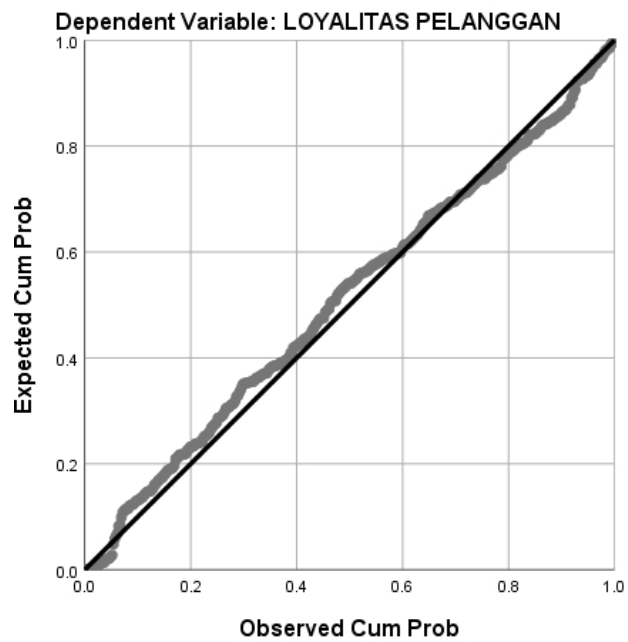
Coefficients^a

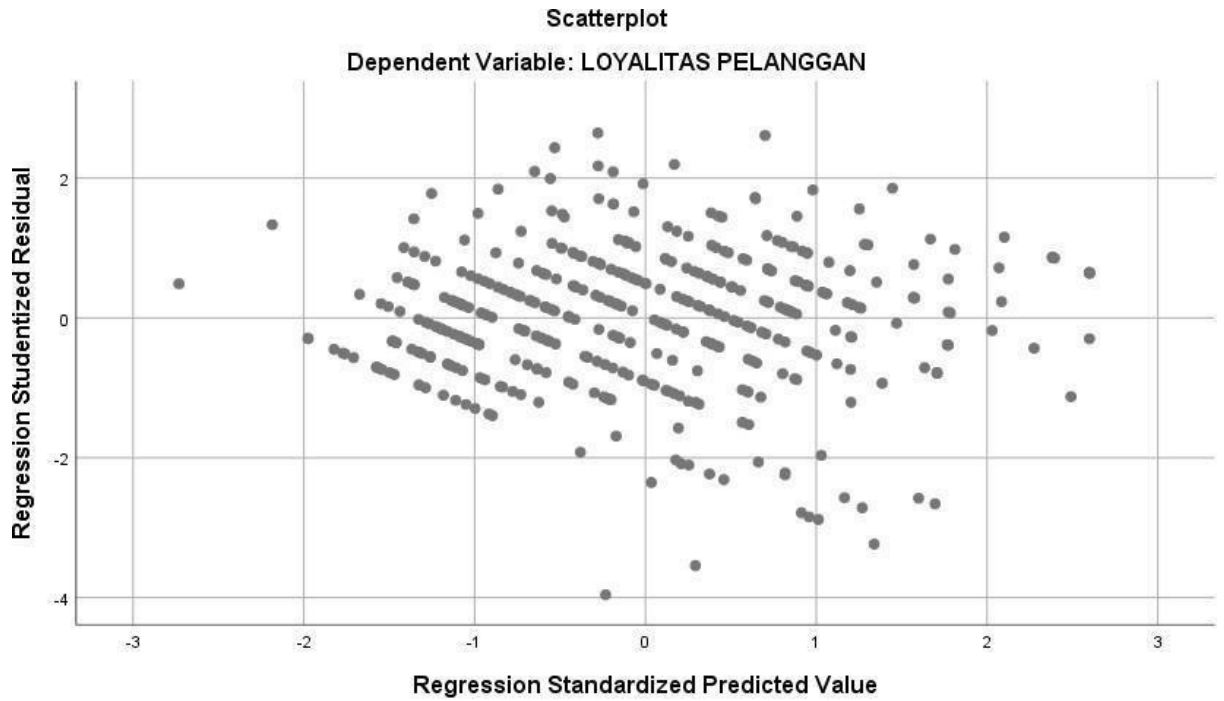
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.284	1.388		3.806	.000		
	KUALITAS WEBSITE	.083	.029	.155	2.835	.005	.413	2.421
	PERCEIVED VALUE	.236	.048	.235	4.933	.000	.546	1.831
	PROMOSI	.148	.045	.161	3.294	.001	.518	1.932
	KEPERCAYAAN PELANGGAN	.226	.030	.325	7.427	.000	.647	1.544

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13910593
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.029
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

