

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Andrea, B., Gabriella, H. C., & Timea, J. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness* .
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan terhadap Niat untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis* .
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Elkaseh, A. M., Wong, K. W., & Fung, C. C. (2016). Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness of Social Media for e-Learning in Libyan Higher Education: A Structural Equation Modeling Analysis. *International Journal of Information and Education Technology* .
- Fendini, D. S., Kertahadi, & Riyadi. (2013). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna (Survei pada Karyawan Pengguna Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) di PT PLN (Persero) Area Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.4 No.1* .
- Gunawan, M., Sompie, E. A., & Andreani, F. (2017). Analisa Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian di Airbnb. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Vol.5 No.2* .
- H, K. R., Astuti, E. S., & Susilo, H. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kualitas informasi terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Secara Online (Survei pada konsumen www.ardiansmx.com). *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Juniwati. (2014). Influence of Perceived Usefulness, Ease of use, Risk on Attitude and intention Shop Online. *European Journal of Business and Management* .
- ., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT.Indeks.



- Kristianto, W. (2011). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dalam Melakukan Online Shopping (Studi Pada Pelanggan Online Shopping di Forum Jual Beli/FJB Kaskus.us Regional Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.29 No.1* .
- McLeod, R. J., & Schell, G. P. (2009). *Sistem Informasi Manajemen edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nathania, Y. (2017). *Pertumbuhan E-commerce Indonesia Meningkat Tajam. Siapa Teratas?* Retrieved November 14, 2018, from idntimes: <http://www.idntimes.com>
- Nelson, R. R., Todd, P. A., & Wixom, B. A. (2005). Antecedents of Information and System Quality: An Empirical Examination within the Context of Data Warehousing. *Journal of Management Information System vo. 21 no.4* .
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce Vol.7 No.3* .
- Pearson, A., Tadisina, S., & Griffin, C. (2005). The Role of E-Servlue: Antecedents to Web Site Loyalty, Vice Quality and Information Quality in Creating Perc. *Southern Illinois University, Department of Management* .
- Prasojo, L. D. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti* .
- Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.6 No.10* .
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya (JAB) vol.43 No.1* .



D., Najib, M., & Munandad, J. M. (2016). Pengaruh Persepsi Risiko, Price Consciousness, Familiarity, Persepsi Kualitas, dan Citra Toko pada Minat Beli Konsumen.

Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online di kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *AntroUnairdotNet Vol.IV No.2* .

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior (10th edition)*. USA: Prentice Hall International, Inc.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei terhadap pengguna situs website www.kaskus.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) vol.8 no.1* .

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

<https://www.shopee.com>

<https://www.iprice.co.id>



LAMPIRAN



LAMPIRAN 1:

BIODATA**Identitas Diri**

Nama Lengkap : Jesslin Jaya
 Tempat. Tgl lahir : Makassar, 06 Mei 1997
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jalan Lagaligo no.24
 No.Telp : : 083131873235
 E-mail: : jesslinjaya@yahoo.co.id

Riwayat Pendidikan

- TK Katolik Rajawali : Tahun 2001-2003
- SD Hati Kudus Rajawali : Tahun 2003-2009
- SMP Katolik Rajawali : Tahun 2009-2012
- SMA Katolik Rajawali : Tahun 2012-2015
- Universitas Hasanuddin : Tahun 2015-sekarang

Pengalaman Organisasi

- Anggota Palang Merah Remaja (PMR) SMP Katolik Rajawali Makassar
- Anggota Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) SMA Katolik Cenderawasih Makassar 2013-2014
- Ketua Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) SMA Katolik Cenderawasih Makassar 2014-2015
- Anggota Kreativitas Seni Ekonomi (KRESEK) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- Organizing Committee Musyawarah Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen FEB-UNHAS 2016

rganizing Committee Pengaderan Awal Tingkat Ormaju Ikatan
 mahasiswa Manajemen FEB-UNHAS 2016



- Organizing Committee Leadership Training Ikatan Mahasiswa Manajemen FEB-UNHAS 2016

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya,

Makassar, Februari 2019

Jesslin Jaya



LAMPIRAN 2:

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
PERSEPSI RISIKO *MARKETPLACE* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA GENERASI Z DI MAKASSAR

Dengan hormat,

Dalam kesempatan ini, saya memohon bantuan dari saudara/l untuk meluangkan waktu guna mengisi angket yang saya sertakan berikut ini. Adapun angket ini diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi program strata-1 (S1) Manajemen di Universitas Hasanuddin. Saya sangat mengharapkan agar angket ini dapat diisi dengan jelas dan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya.

A. Identitas Responden (beri tanda centang pada kotak)

1. Nama :
2. Tahun lahir : 1. 1995-1998
2. 1999-2002
3. 2003-2005
4. 2006-2010
4. Profesi : 1. Pelajar
2. Karyawan
3. Wirausaha
4. Lain-lain

B. Petunjuk Pengisian

Setiap pernyataan dibawah ini mohon diberikan respon dengan member tanda centang. Pilihan berada pada skala 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:



tidak setuju

setuju

4: Setuju

5: Sangat setuju

Pernyataan yang berkaitan dengan KUALITAS INFORMASI (X1):						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa informasi mengenai suatu produk yang terdapat pada <i>marketplace</i> shopee sudah sangat jelas/akurat					
2	Saya merasa bahwa informasi mengenai suatu produk yang terdapat pada <i>marketplace</i> shopee selalu up to date dan selalu mengalami pembaruan informasi terkini					
3	Saya merasa bahwa informasi yang diberikan <i>marketplace</i> shopee mengenai produknya sangat bermanfaat bagi saya selaku konsumen					
4	Saya dapat menerima informasi yang disediakan <i>marketplace</i> shopee secara lengkap dan tidak setengah-setengah					

Pernyataan yang berkaitan dengan KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2):						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa situs <i>website marketplace</i> shopee mudah ditemukan					
2	Saya merasa bahwa informasi mengenai suatu produk mudah dicari dalam situs <i>website marketplace</i> shopee					
3	Saya merasa bahwa proses pemesanan suatu produk mudah dilakukan dalam situs <i>website marketplace</i> shopee					



Pernyataan yang berkaitan dengan PERSEPSI RISIKO (X3):						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa khawatir mengenai kondisi keuangan saya ketika ingin melakukan pembelian suatu produk pada <i>marketplace</i> shopee					
2	Saya merasa khawatir akan fungsi suatu produk yang hendak saya beli pada <i>marketplace</i> shopee					
3	Saya merasa khawatir mengenai keamanan suatu produk yang hendak saya beli pada <i>marketplace</i> shopee					
4	Saya merasa khawatir akan kemungkinan adanya dampak negatif apabila produk yang saya beli pada <i>marketplace</i> shopee tidak sesuai dengan kepribadian saya					
5	Saya merasa khawatir atas pendapat orang lain ketika saya melakukan pembelian suatu produk pada <i>marketplace</i> shopee					
6	Saya merasa khawatir akan merasakan terbuangnya banyak waktu ketika melakukan suatu pembelian produk pada <i>marketplace</i> shopee					

Pernyataan yang berkaitan dengan KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y):						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa saya memiliki tujuan ketika ingin membeli suatu produk pada <i>marketplace</i> shopee					
2	Saya merasa bahwa citra (image) merek yang unik mempengaruhi saya dalam memilih suatu produk pada <i>marketplace</i> shopee					
3	Saya melakukan pembelian di <i>marketplace</i> shopee pada waktu-waktu tertentu / waktu yang tepat					
4	Saya mempertimbangkan metode pembayaran yang ditawarkan oleh <i>marketplace</i> shopee ketika ingin membeli suatu produk					



Terima kasih banyak atas partisipasi anda dan selamat beraktivitas.

Makassar, Januari 2019

Jesslin Jaya



LAMPIRAN 3

HASIL TABULASI KUESIONER

X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	TOTAL X1	X 2.1	X 2.2	X 2.3	TOTAL X2	X 3.1	X 3.2	X 3.3	X 3.4	X 3.5	X 3.6	TOTAL X3	Y 1.1	Y 1.2	Y 1.3	Y 1.4	TOTAL Y
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	2	3	3	3	17	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	5	4	5	14	2	3	1	1	4	4	15	3	3	4	4	14
3	4	3	4	14	4	4	5	13	3	1	1	1	4	4	14	4	4	4	3	15
4	4	3	3	14	4	4	4	12	2	2	2	2	2	2	12	4	4	5	4	17
5	4	5	5	19	5	4	5	14	2	2	1	1	5	4	15	4	4	2	4	14
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
3	4	4	4	15	5	5	5	15	3	4	4	2	2	4	19	5	4	5	5	19
4	3	4	3	14	5	4	5	14	2	3	2	1	4	3	15	4	4	5	4	17
5	4	5	4	18	4	5	4	13	2	1	1	3	4	4	15	5	4	4	5	18
4	5	4	5	18	5	4	5	14	3	4	3	4	5	4	23	4	4	5	3	16
4	3	4	3	14	4	5	5	14	3	3	3	3	3	4	19	4	4	2	4	14
2	4	3	4	13	4	4	4	12	4	2	3	2	4	4	19	4	4	5	4	17
4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
5	4	4	3	16	4	3	4	11	3	4	3	4	4	5	23	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	4	3	12	1	1	1	1	5	4	13	5	3	4	5	17
4	4	3	3	14	4	4	4	12	3	3	3	3	3	4	19	4	3	4	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	1	2	2	3	3	13	5	3	4	4	16
			4	16	5	3	4	12	3	3	2	2	3	3	16	5	5	5	5	20
			4	14	4	4	4	12	2	4	2	2	4	4	18	4	4	4	4	16



4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	2	1	4	4	17	5	3	5	5	18
4	4	4	4	16	5	4	4	13	2	2	1	4	4	3	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	3	4	11	2	2	2	3	4	4	17	4	3	4	4	15
4	4	5	4	17	4	4	5	13	1	2	3	4	4	2	16	4	3	4	5	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	2	2	2	3	3	15	4	3	4	3	14
4	4	1	4	13	5	5	5	15	3	4	4	3	4	4	22	4	3	3	3	13
4	3	4	3	14	4	4	4	12	1	2	2	4	4	4	17	4	2	4	4	14
4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	2	2	4	5	21	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	4	4	23	4	2	5	4	15
4	3	4	2	13	5	4	4	13	2	1	2	1	5	3	14	5	4	4	5	18
4	3	4	3	14	4	4	4	12	3	3	2	2	4	4	18	4	2	4	3	13
4	4	4	2	14	4	4	4	12	4	3	4	4	5	4	24	4	4	5	4	17
4	4	3	3	14	4	4	4	12	2	4	2	2	4	4	18	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	5	4	4	13	2	1	2	1	4	3	13	4	4	4	4	16
4	4	5	4	17	4	4	3	11	1	1	2	1	3	4	12	4	3	4	4	15
2	2	3	2	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12
4	5	4	4	17	5	5	5	15	2	2	3	2	3	4	16	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	2	2	1	2	4	13	4	4	4	4	16
2	2	4	3	11	4	4	4	12	2	2	1	1	5	5	16	5	5	1	5	16
4	4	3	4	15	3	5	4	12	2	2	2	3	2	2	13	4	4	4	4	16
4	5	5	4	18	4	5	5	14	1	3	4	3	3	3	17	5	5	5	5	20
4	3	4	3	14	4	4	4	12	3	2	2	2	3	4	16	4	3	3	4	14
4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	3	3	2	3	4	19	4	4	5	4	17
5	20	5	5	5	15	3	5	5	3	5	5	3	5	5	26	5	5	5	5	20



3	3	3	3	12	4	3	4	11	3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	3	15	
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	2	2	2	4	4	17	4	4	4	4	16	
3	3	4	3	13	4	4	3	11	2	2	2	2	4	4	16	4	3	3	4	14	
4	5	4	3	16	5	4	3	12	2	3	2	2	3	4	16	4	3	3	4	14	
3	4	5	3	15	4	4	4	12	4	2	2	3	4	3	18	5	3	5	2	15	
4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	5	5	26	4	4	3	4	15	
4	3	4	4	15	4	4	4	12	1	2	1	2	4	4	14	4	4	4	4	16	
3	4	3	2	12	5	4	4	13	3	2	1	1	3	4	14	4	4	4	5	17	
4	5	5	4	18	5	5	5	15	1	1	1	4	5	5	17	5	5	5	5	20	
4	2	4	2	12	4	4	4	12	2	4	2	2	5	5	20	4	4	4	4	16	
4	4	4	3	15	1	4	5	10	5	4	4	3	5	5	26	5	4	5	2	16	
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	2	2	2	4	3	16	4	4	4	4	16	
4	4	5	4	17	5	5	5	15	3	3	5	5	4	4	24	4	3	5	3	15	
4	3	4	4	15	4	4	4	12	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	2	14	
3	2	4	3	12	5	5	5	15	4	3	4	4	5	5	25	4	4	3	4	15	
4	3	4	3	14	3	4	4	11	4	3	2	3	3	4	19	5	3	3	5	16	
5	5	5	5	20	5	5	5	15	3	3	4	3	4	4	21	5	5	3	3	16	
4	4	4	4	16	4	5	5	14	1	3	4	3	4	5	20	5	5	5	5	20	
3	4	4	3	14	4	5	5	14	2	3	3	2	3	3	16	3	2	2	2	9	
4	3	4	4	15	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	15	
4	3	4	3	14	4	4	3	11	3	3	2	2	3	3	16	4	3	4	4	15	
3	3	4	3	13	4	4	4	12	2	2	2	3	4	4	17	4	3	3	4	14	
4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	4	2	4	2	4	18	4	4	4	4	16	
				4	17	5	5	5	15	3	3	3	4	4	4	21	5	4	4	4	17
				4	17	4	4	3	11	3	4	3	2	3	4	19	4	5	4	3	16



4	4	3	4	15	4	4	4	12	2	4	3	3	4	4	20	4	3	4	3	14
4	4	4	4	16	5	3	5	13	1	1	1	2	5	5	15	5	5	4	5	19
4	3	4	3	14	4	3	4	11	1	3	2	2	4	4	16	4	3	4	4	15
4	4	3	3	14	5	5	5	15	2	3	3	3	2	3	16	4	5	5	4	18
4	5	5	3	17	3	4	4	11	3	2	2	1	2	2	12	3	4	4	5	16
5	5	4	4	18	4	5	5	14	2	3	2	3	3	2	15	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	5	4	13	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	3	3	3	4	4	19	4	4	4	4	16
5	4	5	3	17	5	5	5	15	3	3	2	1	1	3	13	4	4	5	4	17
3	4	3	4	14	5	5	4	14	3	3	2	3	5	3	19	5	5	4	5	19
5	3	5	4	17	5	3	5	13	2	4	3	5	5	5	24	5	5	5	2	17
4	4	4	2	14	5	2	5	12	2	1	1	1	4	4	13	5	5	5	5	20
3	4	4	3	14	5	4	4	13	3	3	3	4	4	4	21	4	3	2	4	13
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	4	3	19	3	3	4	4	14
3	4	3	4	14	5	5	4	14	3	3	2	3	5	3	19	5	5	4	5	19
4	4	4	3	15	5	5	4	14	3	3	2	1	4	4	17	4	3	4	4	15
4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16
4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	3	3	4	4	4	22	5	3	4	4	16
4	4	4	4	16	5	5	5	15	2	2	2	2	3	4	15	4	3	4	4	15
4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	5	17
4	3	4	2	13	4	4	2	10	3	4	3	3	4	4	21	4	4	3	4	15
4	3	5	3	15	5	4	5	14	4	3	2	5	4	5	23	4	5	2	2	13
4	4	4	4	14	4	4	4	12	2	3	3	3	4	4	19	4	3	4	5	16
4	4	4	4	17	5	4	4	13	4	1	4	4	5	5	23	4	4	5	5	18



4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	3	4	4	4	23	4	2	4	4	14
4	4	4	4	16	4	3	4	11	3	3	3	3	3	3	18	5	4	5	4	18
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	4	4	4	21	4	4	4	4	16
4	4	5	3	16	3	4	5	12	2	3	1	2	3	4	15	4	3	4	3	14
4	3	4	4	15	4	4	5	13	4	3	3	1	3	4	18	4	3	4	3	14
4	3	4	3	14	5	4	5	14	2	2	3	1	3	3	14	3	3	4	4	14
2	3	5	3	13	4	4	5	13	2	3	2	2	4	4	17	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	3	4	4	11	3	4	4	3	4	4	22	4	3	4	4	15
3	4	5	4	16	4	3	5	12	3	2	2	4	4	4	19	5	5	4	4	18
4	3	5	3	15	4	4	4	12	3	3	3	2	2	4	17	3	3	4	3	13
3	4	4	4	15	5	4	4	13	3	2	2	2	5	5	19	4	4	4	4	16
4	4	3	2	13	3	3	4	10	2	2	2	2	2	2	12	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15	1	1	1	1	1	1	6	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	12	1	3	3	4	4	4	19	4	2	4	3	13
4	4	4	3	15	5	3	4	12	3	2	2	2	3	3	15	3	4	4	4	15
4	4	5	4	17	4	5	5	14	2	2	3	3	3	3	16	4	4	3	4	15
4	4	4	3	15	5	5	5	15	4	4	2	2	4	4	20	5	3	4	4	16
4	5	4	3	16	5	5	5	15	3	1	1	1	5	1	12	5	5	5	5	20
3	4	4	4	15	4	3	4	11	1	3	3	2	4	4	17	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	5	3	5	13	1	3	3	3	4	3	17	5	3	5	5	18
4	4	4	5	17	5	5	5	15	3	2	2	5	5	5	22	5	5	5	1	16
3	2	3	3	11	3	4	5	12	3	2	2	3	3	3	16	4	4	4	4	16
3	3	5	2	13	4	4	5	13	3	4	3	2	4	4	20	4	2	3	5	14
					4				4						17	3	4	3	3	13
					5				4						20	5	4	4	5	18



Optimization Software:
www.balesio.com

5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	5	5	14	3	3	3	4	4	3	20	4	4	3	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	3	5	20	4	3	3	3	13
4	4	4	4	16	5	4	5	14	3	3	3	4	5	5	23	4	2	4	2	12
4	5	4	4	17	5	5	5	15	3	2	2	3	4	4	18	4	4	4	4	16
4	4	5	4	17	5	5	5	15	3	3	4	4	4	4	22	5	5	5	3	18



LAMPIRAN 4:

SPSS

- Validitas Kualitas Informasi

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.413**	.370**	.392**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.413**	1	.262**	.584**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.370**	.262**	1	.296**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.392**	.584**	.296**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
Total_X1	Pearson Correlation	.733**	.783**	.635**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

- Validitas Kemudahan Penggunaan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
	Pearson Correlation	1	.311**	.349**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150



X2.2	Pearson Correlation	.311**	1	.439**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.349**	.439**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150
Total_X2	Pearson Correlation	.721**	.779**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150

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

- Validitas Persepsi Risiko

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.415**	.475**	.314**	.141	.227**	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.084	.005	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.2	Pearson Correlation	.415**	1	.613**	.461**	.132	.358**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.107	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.3	Pearson Correlation	.475**	.613**	1	.576**	.121	.273**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.142	.001	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.4	Pearson Correlation	.314**	.461**	.576**	1	.287**	.291**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
	Pearson Correlation	.141	.132	.121	.287**	1	.518**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.084	.107	.142	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150



X3.6	Pearson Correlation	.227**	.358**	.273**	.291**	.518**	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.001	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
Total_X3	Pearson Correlation	.635**	.741**	.771**	.750**	.519**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

- Validitas Keputusan Pembelian

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.364**	.455**	.297**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y1.2	Pearson Correlation	.364**	1	.221**	.268**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.001	.000
	N	150	150	150	150	150
Y1.3	Pearson Correlation	.455**	.221**	1	.165*	.663**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.044	.000
	N	150	150	150	150	150
Y1.4	Pearson Correlation	.297**	.268**	.165*	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.044		.000
	N	150	150	150	150	150
	Pearson Correlation	.734**	.684**	.663**	.659**	1



Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	150	150	150	150	150

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

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

- Reliabilitas Kualitas Informasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	11.47	2.720	.509	.655
X1.2	11.48	2.479	.565	.619
X1.3	11.28	3.049	.384	.723
X1.4	11.73	2.465	.572	.615



- Reliabilitas Kemudahan penggunaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.634	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.39	1.341	.388	.609
X2.2	8.62	1.177	.456	.517
X2.3	8.44	1.228	.488	.474

- Reliabilitas Persepsi Risiko

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	15.63	11.469	.455	.742
X3.2	15.60	10.617	.593	.705
X3.3	15.74	10.247	.630	.694
X3.4	15.66	9.931	.574	.710
X3.5	14.60	12.416	.322	.772
X3.6	14.60	11.826	.470	.738

- Reliabilitas Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	4



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	11.59	2.956	.535	.455
Y1.2	11.97	2.851	.382	.546
Y1.3	11.79	2.947	.361	.562
Y1.4	11.82	2.887	.321	.598

- Analisis Regresi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Risiko (X3), Kemudahan Penggunaan (X2), Kualitas Informasi (X1) ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.243	1.862

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Kemudahan Penggunaan (X2), Kualitas Informasi (X1)



ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.020	3	58.673	16.922	.000 ^a
	Residual	506.220	146	3.467		
	Total	682.240	149			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X3), Kemudahan Penggunaan (X2), Kualitas Informasi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.942	1.473		4.033	.000
Kualitas Informasi (X1)	.323	.084	.315	3.852	.000
Kemudahan Penggunaan (X2)	.386	.113	.278	3.415	.001
Persepsi Risiko (X3)	-.004	.040	-.008	-.103	.918

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

