

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, & Jogiyanto. (2009). *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Abdullah. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Afiah, Z. (2020). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Shopee.com di Makassar)*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. 211, 179–211.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v14i2.3995>
- Ba, S., & Pavlou, P. A. (2002). Evidence of The Effect of Trust Buiding in Technology. *MIS Quarterly*, 26(3), 243–268.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik E-Commerce 2019. In *Badan Pusat Statistik*.
<https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html>
- Burhan, F. A. (2020). Riset KIC-Kredivo: Rata-rata Orang RI Belanja Online 20 Kali pada 2019 Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Riset KIC-Kredivo: Rata-rata Orang RI Belanja Online 20 Kali pada 2019” , <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297b4f7c19e/riset-kic-kredivo-rata-rata-orang-ri-belanja-online-20-kali-pada-2019>
- Databooks, & Katadata. (2019). *Nilai Ekonomi Internet Indonesia Terbesar di ASEAN pada 2019*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/20/nilai-ekonomi-internet-indonesia-terbesar-di-asean-pada-2019#>
- Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. February*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. January 2015*.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- Ferdinand, A. (2014). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN: Pedoman untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Edisi Keli). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi*

Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harlan, J. (2018). Analisis Regresi Linear. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (1st ed., Vol. 53, Issue 9). Gunadarma.
- Indriantoro, Nur, & Supomo, B. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. BPFE.
- Jaya, J. (2019). *Pengaruh kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko marketplace shopee terhadap keputusan pembelian pada generasi z di makassar.*
- Jelassi, T., Enders, A., & Martinez-Lopez, F. J. (2014). *StrategieS for e-BuSineSS* (third edit). Person Education Inc.
- Katadata, & Databooks. (2020). *Peta Persaingan E-Commerce Indonesia pada Kuartal II-2020.* IPrice. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020>
- Katadata, & Databooks. (2021). *Pertimbangan Konsumen Menentukan Merek E-Commerce.* Jakpat. <https://doi.org/https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/promo-diskon-paling-pengaruh-pengaruh-konsumen-pilih-e-commerce-tertentu>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan (ed.); Fourteen). Person Education Inc.
- Laudon, K. C. (2017). *E-commerce 2017* (A. Gilfillan (ed.); thirteenth). Person Education Inc.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *Complete Listing of Chapter Opening Cases , Insight Cases , E-commerce in Action Cases , and Case Studies* (S. Wall (ed.); 12th ed.). Person Education Inc.
- Lahiri, I., & Ghosh, S. K. (2012). *Principles of Marketing and E-commerce.* Person Education Inc.
- Le-Hoang, P. V. (2020). Factors affecting online purchase intention: the case of e-commerce on lazada. *Independent Journal of Management & Production*, 11(3), 1018. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i3.1088>
- Marketers. (2018). *Lima kota di Indonesia dengan jumlah pembelian online terbesar.* Priceza. <https://marketeers.com/lima-kota-indonesia-dengan-jumlah-pembelanja-online-terbesar/>
- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). *KEPERCAYAAN , KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN ELECTRONIC.* 16(02), 139–150.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology.

Information Systems Research, 13(3), 334–359. [https://doi.org/1047-7047/02/1303/0334\\$05.00](https://doi.org/1047-7047/02/1303/0334$05.00)

- Picaully, M. R. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN GADGET DI SHOPEE INDONESIA. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(November), 31–40. <https://doi.org/ISSN 1411-9293>
- Rizkitasari, F. (2017). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Universitas Brawijaya*.
- Said, D., Mardiana, R., Rahmatia, Amar, M. Y., Habbe, A. W., Damayanti, R. A., Pontoh, G., Djaya, Y., Hendragunawan, & Fattah, S. (2012). *Pedoman Penulisan Skripsi* (1st ed.). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (N. WK (ed.)). Andi Offset.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (B. Sarwiji (ed.); Edisi Ketu). PT Indeks.
- Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis (Research Methods for Business)* (Buku 1 Edisi). Salemba Empat.
- Septianie, I., & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online. *IMWI STUDENT RESEARCH JOURNAL*, 1(1), 73–83. <https://doi.org/ISSN 2723-8709>
- Septianie, I., & Wiyata, M. T. (2020). *Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online*. 1(1), 73–83.
- Setiawan, K. (2019, July 1). Kominfo: Belanja Online Via Marketplace Lebih Aman dari Medsos. *Bisnis Tempo*. <https://bisnis.tempo.co/read/1220063/kominfo-belanja-online-via-marketplace-lebih-aman-dari-medsos/full&view=ok>
- Sitorus, S. D., & Mawardi, M. K. (2019). KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ONLINE (Studi pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Jual Beli Online Carousell). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 141–150.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (n.d.). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Solihin, D., Kunci, K., Beli, M., & Pembelian, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *J. Mandiri*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian*. PUSTAKABARUPRESS.
- Thi Doan, T.-T. (2020). Factors affecting online purchase intention : A study of Vietnam online customer. *Management Science Letters*, 10(10), 2329–2336. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.3.001>
- Tompunu, M. M. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Bahu Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 610–621. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5626>
- Turban, E., King, D., Lee, J. kyu, Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce* (eighth edi). Springer International Publishing Switzerland.
- Wicaksono, A. (2019). *Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online>
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Sukabumi. *Cakrawala*, 3(1), 11–21.
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). *Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru*. 12, 311–329.

LAMPIRAN

Lampiran 1

BIODATA

Identitas Diri

Nama Lengkap : Santika Dewi
Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 26 April 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Aspol Batang Kaluku Blok K/3
No Telp : +6282189309620
Email : santikadewiii26@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

- TK Kemala Bhayangkari : Tahun 2004 – 2005
- SD Negeri Sungguminasa II : Tahun 2005 – 2011
- SMP Negeri 1 Sungguminasa : Tahun 2011 – 2014
- SMA Negeri 1 Sungguminasa : Tahun 2014 – 2017
- Universitas Hasanuddin : Tahun 2017 – sekarang

Pendidikan Non Formal

- Pelatihan Guru Pendidikan Nilai Kemanusiaan (PNK) Sai Study Group Indonesia Tahun 2017.
- Pelatihan *Basic Character Study Skill* (BCSS) Universitas Hasanuddin Tahun 2017.
- *Management Leadership Training* (MLT) Ikatan Mahasiswa Manajemen FEB-UH Tahun 2018.
- Sekolah Pasar Modal level 1 & 2 Bursa Efek Indonesia Tahun 2019.

Pengalaman Organisasi

- Anggota Pramuka SD Negeri Sungguminasa II
- Anggota Pramuka SMP Negeri 1 Sungguminasa

- Pengurus Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) SMA Negeri 1 Sungguminasa Periode 2015-2016
- Wakil Ketua Pekan Raya Salis Tahun 2015
- Anggota Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- Sekretaris Panitia Pengkaderan Awal Tingkat Ormaju IMMAJ Tahun 2018.
- Pengurus Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2019-2020
- Ketua Sai Young Adults Makassar Sai Study Group Indonesia (SSGI) Tahun 2019-2022.

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Makassar, Juni 2021

Santika Dewi

Lampiran 2

KUESIONER

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEMUDAHAN
PENGUNAAN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI
MARKETPLACE SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
DI MAKASSAR**

Dengan Hormat,

Dalam kesempatan ini, saya memohon bantuan dari saudara/i 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 Universitas Hasanuddin. Saya sangat mengharapkan agar angket ini dapat diisi dengan jelas dan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya.

I. Data Umum Responden

Berilah Tanda [√] pada kotak yang telah disediakan yang sesuai dengan diri anda.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin

a. Wanita

b. Pria

3. Umur

• 17 – 18 tahun

• 19 – 20 tahun

• 21 – 22 tahun

4. Universitas

a) Universitas Hasanuddin

b) Universitas Negeri Makassar

c) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

5. Fakultas :

II. Daftar Pernyataan

Setiap pernyataan dibawah ini mohon diberikan respon dengan memberi tanda [√] pada pilihan yang paling sesuai dengan diri anda. Pilihan berada pada skala 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

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

III. Kepercayaan Konsumen (*Customer Trust*)

Kepercayaan konsumen adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat.

Pernyataan yang berkaitan dengan : Kepercayaan Konsumen (X1)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya percaya pada <i>marketplace</i> Shopee.					
2.	Saya percaya <i>marketplace</i> Shopee dapat memenuhi janji dan komitmennya.					
3.	Saya percaya transaksi melalui <i>marketplace</i> Shopee aman.					
4.	Saya percaya pada sikap konsisten <i>marketplace</i> Shopee.					

IV. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha.

Pernyataan yang berkaitan dengan : Kemudahan Penggunaan (X2)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa mudah mengoperasikan aplikasi dan <i>website marketplace</i> Shopee.					
2.	Saya merasa mudah mendapatkan apa yang saya inginkan pada <i>marketplace</i> Shopee.					
3.	Saya merasa aplikasi dan <i>website marketplace</i> Shopee jelas dan mudah dimengerti.					
4.	Saya merasa mudah berkomunikasi dengan penjual di <i>marketplace</i> Shopee melalui vitur chat.					
5.	Saya merasa keterampilan saya bertambah saat saya mempelajari aplikasi dan <i>website marketplace</i> Shopee.					
6.	Saya merasa aplikasi dan <i>website marketplace</i> Shopee mudah digunakan.					

V. Persepsi Risiko (*Perceived Risks*)

Persepsi Risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi para pelanggan jika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi keputusan pembelian mereka.

Pernyataan yang berkaitan dengan : Persepsi Risiko (X3)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa khawatir kualitas produk yang saya beli pada <i>marketplace</i> Shopee tidak sebanding dengan harga yang saya keluarkan.					
2.	Saya merasa khawatir produk yang saya beli pada <i>marketplace</i> Shopee dapat membuat saya malu dihadapan orang lain.					
3.	Saya merasa khawatir produk yang saya beli pada <i>marketplace</i> Shopee tidak berfungsi sesuai harapan saya.					
4.	Saya merasa khawatir akan terbuangnya banyak waktu saat melakukan pembelian pada <i>marketplace</i> Shopee.					
5.	Saya merasa khawatir mengenai keamanan produk yang hendak saya beli pada <i>marketplace</i> Shopee.					
6.	Saya merasa khawatir akan kemungkinan adanya dampak negatif apabila produk yang saya beli pada <i>marketplace</i> Shopee tidak sesuai dengan kepribadian saya.					

VI. Minat Beli (*Purchase Intention*)

Minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Pernyataan yang berkaitan dengan : Minat Beli (Y)						
No	Daftar Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa ingin selalu membeli pada <i>marketplace</i> Shopee.					
2.	Saya selalu menyarankan produk yang saya beli pada <i>marketplace</i> Shopee kepada orang lain.					
3.	Saya selalu membuka <i>marketplace</i> Shopee terlebih dahulu dibandingkan <i>marketplace</i> lainnya untuk mencari produk yang saya inginkan.					
4.	Saya selalu mencari produk pada <i>marketplace</i> Shopee.					

Lampiran 3

Hasil Tabulasi Kuesioner

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3	2	2	2	2	2	4	3	2	3
4	2	5	3	5	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	5	2	4	2	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	3	4	2	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	2	4	3	3	2	3	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	2	3	4	3	4	4
3	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	3	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	2	4	1	3	3	3	3	1	2
4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	1	2	1	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
4	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3
5	5	5	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	3	2	2	4	2	3	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	2	4	1	4	2	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3
4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	2	2	2	2	2	2	1	5	5	3
3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	5	4	3	5
4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2	4	2	2	3	5	5	5	4
4	4	3	4	5	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	1	4	1	1	3	3	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	2	3	1	3	3	3	4	5	3
3	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3	2	4	3	4	2	2	4	4	4
3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	2	2	2	3	4	3	5	4
4	5	3	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	3	2	4	2	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5

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

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

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

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

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

Lampiran 4

Hasil Pengujian Kuesioner

Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Table 4.7 Hasil pengujian nilai AVE

Variabel	AVE	Kriteria	Keterangan
Kepercayaan konsumen	0,614	Nilai AVE harus >0,5 agar dinyatakan Valid	Valid
Kemudahan Penggunaan	0,695		Valid
Persepsi risiko	0,639		Valid
Minat beli	0,704		Valid

Table 4.8 Nilai outer loading

Indikator	Kepercayaan Konsumen	Kemudahan Penggunaan	Persepsi Risiko	Minat Beli
X1.1	0,700			
X1.2	0,796			
X1.3	0,811			
X1.4	0,821			
X2.1		0,852		
X2.2		0,859		
X2.3		0,897		
X2.4		0,753		
X2.5		0,704		
X2.6		0,914		
X3.1			0,727	
X3.2			0,891	
X3.3			0,724	
X3.4			0,779	
X3.5			0,788	
X3.6			0,872	
Y1.1				0,822
Y1.2				0,796
Y1.3				0,850
Y1.4				0,886

Table 4.11 Nilai Cross loading

Indikator	Kepercayaan Konsumen	Kemudahan Penggunaan	Persepsi Risiko	Minat Beli
X1.1	0.700	0.301	-0.035	0.313
X1.2	0.796	0.460	-0.080	0.473
X1.3	0.811	0.470	-0.188	0.431
X1.4	0.821	0.412	-0.064	0.444
X2.1	0.435	0.852	-0.034	0.475
X2.2	0.568	0.859	-0.039	0.448
X2.3	0.452	0.897	-0.010	0.435

X2.4	0.367	0.753	0.013	0.313
X2.5	0.359	0.704	0.079	0.376
X2.6	0.458	0.914	0.014	0.434
X3.1	-0.100	0.077	0.727	-0.037
X3.2	-0.066	0.052	0.891	-0.070
X3.3	-0.007	0.056	0.724	0.008
X3.4	-0.178	-0.098	0.779	-0.037
X3.5	-0.071	-0.029	0.788	-0.043
X3.6	-0.101	-0.019	0.872	-0.050
Y1.1	0.434	0.367	-0.079	0.822
Y1.2	0.423	0.478	0.009	0.796
Y1.3	0.470	0.391	-0.064	0.850
Y1.4	0.476	0.443	-0.082	0.886

Tabel 4.12 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kepercayaan Konsumen	0.791	0.864
Kemudahan Penggunaan	0.910	0.931
Persepsi Risiko	0.896	0.913
Minat Beli	0.859	0.905

Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Tabel 4.13 Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square (R^2)	R-Square Adjusted
Minat Beli	0,355	0,345

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.14 Hasil uji hipotesis dengan prosedur Bootstraping

Item	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P-Values
Kepercayaan konsumen → Minat beli	0.374	0.377	0.079	4.756	0.000
Kemudahan penggunaan → Minat beli	0.303	0.302	0.085	3.570	0.000
Persepsi risiko → Minat beli	-0.019	-0.032	0.078	0.238	0.812