

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansusanto, J.Dwijoko, Achmad Munawar, Sigit Priyanto, and Bambang Hari Wibisono. 2011. "Pola Perilaku Perjalanan Wilayah Perkotaan." *Seminar Nasional VII 2011 Teknik Sipil ITS Surabaya - Penanganan Kegagalan Pembangunan Dan Pemeliharaan Infrastruktur* 67–72.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. 2019. "Kota Makassar Dalam Angka (Makassar Municipality in Figures) 2019."
- Bae, Soonyong and Taesik Lee. 2011. "Gender Differences in Consumers' Perception of Online Consumer Reviews." 201–14.
- Blasio, Guido D. E. 2008. "Urban – Rural Differences in Internet Usage , E-Commerce , and E-Banking: Evidence." *Growth and Change* 39(2):341–67.
- Brynjolfsson, Erik and Michael D. Smith. 2000. "Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers." *Management Science* 46(4):563–85.
- Burt, Steve and Leigh Sparks. 2003. "E-Commerce and the Retail Process : A Review." 10:275–86.
- Cairns, Sally. 2014. "Transport Reviews : A Transnational Delivering Supermarket Shopping: More or Less Traffic? Delivering Supermarket Shopping : More or Less." (December):37–41.
- Cao, Xinyu, Frank Douma, and Fay Cleaveland. 2010. "Influence of E-Shopping on Shopping Travel Evidence from Minnesota ' S Twin Cities." *Journal of the Transportation Research Board* (2157):147–54.
- Cao, Xinyu Jason. 2009. "E-Shopping, Spatial Attributes, and Personal Travel - A Review of Empirical Studies." *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board* 2135:160–69.
- Chiu, Yu-ping, Shao-kang Lo, Ai-yun Hsieh, and Yujung Hwang. 2019. "Exploring Why People Spend More Time Shopping Online than in Offline Stores." *Computers in Human Behavior*.
- Chu, Junhong, Pradeep Chintagunta, and Javier Cebollada. 2008. "A Comparison of within-Household Price Sensitivity across Online and Offline Channels." *Marketing Science* 27(2):283–99.
- men and Yi-feng Miao. 2012. "EFFECT OF ELECTRONIC WORD-MOUTH ON CONSUMER PURCHASE INTENTION: THE RESPECTIVE OF GENDER DIFFERENCES." 10(3):175–81.



- Farag, Sendy, Kevin J. Krizek, and Martin Dijst. 2006. "E-Shopping and Its Relationship with In-Store Shopping: Empirical Evidence from the Netherlands and the USA." 26(1):43–61.
- Farag, Sendy, Tim Schwanen, and Martin Dijst. 2005. "Empirical Investigation of Online Searching and Buying and Their Relationship to Shopping Trips." (1926):242–51.
- Farag, Sendy, Tim Schwanen, Martin Dijst, and Jan Faber. 2007. "Shopping Online And/or in-Store? A Structural Equation Model of the Relationships between E-Shopping and in-Store Shopping." *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 41(2):125–41.
- Ferrell, Christopher E. 2004. "Home-Based Teleshoppers and Shopping Travel Do Teleshoppers Travel Less?" *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board* (1894):241–48.
- Ferrell, Christopher E. 2005. "Home-Based Teleshopping and Shopping Travel Where Do People Find the Time?" *Transportation Research Board* (1850):212–23.
- File, Thom. 2013. "Computer and Internet Use in the United States: Population Characteristics." *Bureau of Census, U.S Departement of Commerce* (May):20–569.
- Garbarino, Ellen and Michal Strahilevitz. 2004. "Gender Differences in the Perceived Risk of Buying Online and the Effects of Receiving a Site Recommendation." 57:768–75.
- Google and Temasek. 2018. "E-Conomy SEA 2018: Southeast Asia's Internet Economy Hits an Inflection."
- Hari Widowati. 2019. "Indonesia Jadi Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat Di Dunia | Databoks." *Katadata*. Retrieved September 28, 2019 (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>).
- Hasan, Bassam. 2010. "Exploring Gender Differences in Online Shopping Attitude." *Computers in Human Behavior* 26(4):597–601.
- Hendra, Yustina Niken Raharina, Elfira Wirza, and Muhammad Zudhy Irawan. 2015. "Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku alanan Belanja." *Jurnal Transportasi* 15(1):31–40.
- roup. 2019. "Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce Di nesia 2019." Retrieved October 1, 2019 ([s://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/](https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/)).



- Isran, Muhammad, Yoshinao Oeda, Tomonori Sumi, and Chiaki Matsunaga. 2013. "A Simultaneous Choice Model of Departure Time and Travel Mode on One- Day Shopping Travel Based on Disutility Minimizing Model Approach." 9(1981).
- Jason, Xinyu, Cao Zhiyi, and Xu Frank. 2012. "The Interactions between E-Shopping and Traditional in-Store Shopping: An Application of Structural Equations Model." (11):957–74.
- Kay, W., Basil Schmid, and Kay W. Axhausen. 2016. "Exploring the Choice between in-Store and Online Shopping." *Eirass Conference Paper*.
- Lee, Richard J., Ipek N. Sener, and Susan L. Handy. 2015. "Picture of Online Shoppers Specific Focus on Davis , California." *Journal of the Transportation Research Board* 2496:55–63.
- Lee, Richard J., Ipek N. Sener, Patricia L. Mokhtarian, and Susan L. Handy. 2017. "Relationships between the Online and in-Store Shopping Frequency of Davis, California Residents." *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 100:40–52.
- Lenz, Barbara. 1999. "Will Electronic Commerce Help to Reduce Traffic in Agglomeration Areas ?" (3):39–46.
- Lian, Jiunn-woei and David C. Yen. 2014. "Computers in Human Behavior Online Shopping Drivers and Barriers for Older Adults: Age and Gender Differences." *COMPUTERS IN HUMAN BEHAVIOR* 37:133–43.
- Lissitsa, Sabina and Ofrit Kol. 2016. "Generation X vs . Generation Y – A Decade of Online Shopping." *Journal of Retailing and Consumer Services* 31:304–12.
- Mokhtarian, Patricia L. 2004. "A Conceptual Analysis of the Transportation Impacts of B2C E-Commerce." 257–84.
- Mokhtarian, Patricia L., Ilan Salomon, and L. Handy. 2006. "The Impacts of Ict on Leisure Activities and Travel: A Conceptual Exploration." 263–89.
- Pasra, M., M. S. Pallu, S. A. Adisasmita, and M. I. Ramli. 2015. "A Trip Intensity Model on Shopping Travel to the Traditional Market in Makassar City." *International Journal of Engineering and Science Application - IJEScA* 2:7–16.



Mubassirang, Muhammad Isran, and Sakti Adji. 2013. "The Shopping Trips for Traditional Markets in Makassar City: Trip Action and Frequency Analysis Using Regression and Logit

Model.” 9.

Ramli, M. I., Y. Oeda, T. Sumi, and C. Matsunaga. 2011. “A Trip Pattern Choice Model of Shopping Travel Based on Consideration of Flexible Daily Time Constraint.” *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies* 8.

Ren, Fang and Mei Po Kwan. 2009. “The Impact of Geographic Context on E-Shopping Behavior.” *Environment and Planning B: Planning and Design* 36(2):262–78.

Rotem-mindali, Orit. 2010. “E-Tail versus Retail : The Effects on Shopping Related Travel Empirical Evidence from Israel.” *Transport Policy* 17(5):312–22.

Rotem-mindali, Orit and Ilan Salomon. 2007. “The Impacts of E-Retail on the Choice of Shopping Trips and Delivery: Some Preliminary Findings.” *Transportation Research Part A* 41:176–89.

Salomon, Ilan. 1986. “Telecommunications and Travel Relationships: A Review.” *Transportation Research Part A: General* 20(3):223–38.

Salomon, Ilan and Frank Koppelman. 1988. “A Framework for Studying Teleshopping versus Store Shopping.” *Transportation Research Part A: General* 22(4):247–55.

Sangran, Sunanda and Judy A. Siguaw. 2009. “Study of Motivational Differences for Online Shopping.” 40(4):28–42.

Schmid, Basil and Kay W. Axhausen. 2018. “In-Store or Online Shopping of Search and Experience Goods: A Hybrid Choice Approach.” *Journal of Choice Modelling* (March):1–25.

Shi, Kunbo, Jonas De Vos, Yongchun Yang, and Frank Witlox. 2019. “Does E-Shopping Replace Shopping Trips? Empirical Evidence from Chengdu, China.” *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 122(December 2018):21–33.

Sihite, Suparta. 2015. “( STUDI KASUS : RENCANA PEMBANGUNAN MONOREL KOTA MEDAN ) University of Sumatra Utara University of Sumatra Utara.” 335–44.

Sim, Loo Lee and Sze Miang Koi. 2002. “Singapore ’ S Internet Shoppers and Their Impact on Traditional Shopping Patterns.” 9:115–24.



to, Gito and Siti Malkhamah. 2009. “Model Pemilihan Moda Antara Mobil Pribadi Dan Bis Transjogja Akibat Penerapan Biaya Pacetan.” *Jurnal Transportasi* 9(2):97–106.

d, William R. and Scott M. Smith. 2017. “Why People ( Don ’ T )

Shop Online : A Lifestyle Study of the Internet Consumer by Why People ( Don ' T ) Shop Online : A Lifestyle Study of the Internet Consumer Abstract.” (July 2003):567–97.

Tamin, Ofyar Z. 2000. *Perencanaan Dan Pemodelan Transportasi Edisi Kedua*. 2nd ed. Bandung: Penerbit ITB.

Tomtom. 2018. *Traffic Index 2018*.

Weltevreden, Jesse W. J. 2007. “Substitution or Complementarity ? How the Internet Changes City Centre Shopping.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 14:192–207.

Weltevreden, Jesse W. J. and T. O. N. V. A. N. Rietbergen. 2007. “THE ROLE OF PERCEIVED CITY CENTRE ATTRACTIVENESS.” 98(1):68–85.

Weltevreden, Orit Rotem-mindali Jesse W. J. 2013. “Transport Effects of E-Commerce : What Can Be Learned after Years of Research ?” *Transportation - Spinger*.

Zhou, Yiwei and Xiaokun (Cara) Wang. 2014. “Explore the Relationship between Online Shopping and Shopping Trips: An Analysis with the 2009 NHTS Data.” *Transportation Research Part A: Policy and Practice* 70:1–9.

Zudhy, Muhammad and Elfira Wirza. 2015. “Understanding the Effect of Online Shopping Behavior on Shopping Travel Demand through Structural Equation Modeling.” *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies* 11:614–25.



# LAMPIRAN – 1

(Langkah Penggunaan STATA)



Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

## Langkah 1. Data editor

Stata/MP 16.0

File Edit Data Graphics Statistics User Window Help

History

Filter commands here

# Command

There are no items to show.

Statistics/Data Analysis (R)

MP - Parallel Edition

Copyright 1985-2019 StataCorp LLC  
StataCorp  
Downloadly.ir  
College Station, Texas 77845 USA  
800-STATA-PC <http://www.stata.com>  
979-696-4600 [stata@stata.com](mailto:stata@stata.com)  
979-696-4601 (fax)

Single-user 2-core Stata network license expires 20 Aug 2022:  
Serial number: 501609213901  
Licensed to: DOWNLOADLY.IR 085227746673  
[www.DownloadLy.ir](http://www.DownloadLy.ir) 085227746673

Notes:

1. Unicode is supported; see [help unicode\\_advice](#).
2. More than 2 billion observations are allowed; see [help obs\\_advice](#).
3. Maximum number of variables is set to 5000; see [help set\\_maxvar](#).

Checking for updates...  
(contacting <http://www.stata.com>)  
host not found  
<http://www.stata.com> did not respond or is not a valid update site  
unable to check for update; verify Internet settings are correct.

Command

## Langkah 2. Merubah type menjadi "int"

Data Editor (Edit) - [Set Pemilihan Mods.dta]

File Edit View Data Tools

IDCASE{1}	USIA	JENISKELAMIN	PENDIDIKAN-R	PEKERJAAN	PENDAPATAN	UANGSAKU	STATUSDITE-T	ORANGBEKE-A	MOBIL	MOTOR
1	30	1	3	6	2000	0	2	2	0	0
2	30	1	3	6	2000	0	2	2	0	0
3	32	1	4	3	5000	0	2	1	0	0
4	32	1	4	3	5000	0	2	1	0	0
5	23	1	2	9	1000	0	4	2	0	0
6	23	1	2	9	1000	0	4	2	0	0
7	32	1	4	3	3000	0	2	3	2	4
8	32	1	4	3	3000	0	2	3	2	4
9	31	2	4	3	3000	0	2	3	2	4
10	31	2	4	3	3000	0	2	3	2	4
11	28	1	4	6	2000	0	1	2	0	0
12	28	1	4	6	2000	0	1	2	0	0
13	35	1	2	9	2000	0	2	2	0	0
14	35	1	2	9	2000	0	2	2	0	0
15	23	1	2	9	2000	0	2	2	0	0
16	23	1	2	9	2000	0	2	2	0	0
17	29	1	2	9	2000	0	2	2	0	0
18	29	1	2	9	2000	0	2	2	0	0
19	26	2	4	6	3000	0	1	1	0	0
20	26	2	4	6	3000	0	1	1	0	0
21	21	2	3	2	0	1000	1	1	0	0
22	21	2	3	2	0	1000	1	1	0	0
23	27	1	4	6	3000	0	2	2	0	0
24	27	1	4	6	3000	0	2	2	0	0
25	25	2	4	6	2000	0	2	1	0	0
26	25	2	4	6	2000	0	2	1	0	0

Variables

Name	Label	Type	Format	Value l.
<input checked="" type="checkbox"/>	IDCASE	ID CASE	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	USIA	USIA	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	PENDIDIKAN...	PENDIDIKAN TERAKHIR	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	PEKERJAAN	PEKERJAAN	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	PENDAPATAN	PENDAPATAN	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	UANGSAKU	UANG SAKU	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT	int	%10.0g
<input checked="" type="checkbox"/>	ORANGBEKERJA	ORANG BEKERJA	int	%10.0g

Properties

Variables

Name: IDCASE

Label: ID CASE

Type: int

Format: float

Value label: double

Notes: long

Data: int

Frame: byte

Filename: Set Pemilihan Mods.dta

Label: Set Pemilihan Mods.dta

Notes:

Variables: ActivateWindows

Observations: Go to Set1000 to activate Windows.

37.95K

Vars: 19 Order: Dataset Obs: 1,020 Filter: Off Mode: Edit CAP: 1600

16/02/2020



### Langkah 3. cmset

The screenshot shows the Stata 16.0 interface. The command window contains the following text:

```

(R)
-----
Statistics/Data Analysis
StataCorp.
DownloadLy.ir
College Station, Texas 77845 USA
800-STATA-PC http://www.stata.com
979-696-4600 stata@stata.com
979-696-4601 (fax)

Single-user 2-core Stata network license expires 20 Aug 2022:
Serial number: 501609213901
Licensed to: DOWNLOADLY.IR 085227746673
WWW.DownloadLy.IR 085227746673

Notes:
1. Unicode is supported; see help unicode_advise.
2. More than 2 billion observations are allowed; see help obs_advise.
3. Maximum number of variables is set to 5000; see help set_maxvar.

Checking for updates...
(contacting http://www.stata.com)
host not found
http://www.stata.com did not respond or is not a valid update site
unable to check for update; verify Internet settings are correct.

. use "E:\Data Tesis\Pemilihan Moda\Data\Set Pemilihan Moda.dta", clear

Command
cmset IDCASE Pilihan12
    
```

The command `cmset IDCASE Pilihan12` is highlighted with a red dashed circle. The Variables window on the right shows a list of variables including IDCASE, USIA, JENISKELAMIN, PENDIDIKANTE..., PEKERJAAN, PENDAPATAN, UANGSAKU, STATUSDITEMPAT, ORAGNGBEKERJA, MOBIL, and MOTOR.

### Langkah 4. Choice Models

The screenshot shows the Stata 16.0 interface with the 'Statistics' menu open. The 'Choice models' option is highlighted with a red dashed circle. The menu items are:

- Summaries, tables, and tests
- Linear models and related
- Binary outcomes
- Ordinal outcomes
- Categorical outcomes
- Count outcomes
- Functional outcomes
- Generalized linear models
- Choice models**
  - Setup and utilities
  - Conditional logit (McFadden's choice) model
  - Mixed logit model
  - Panel-data mixed logit model
  - Multinomial probit model
  - Nested logit model
  - Rank-ordered logit model
  - Rank-ordered probit model
- Time series
- Multivariate time series
- Spatio-temporal autoregressive models
- Longitudinal panel data
- Multilevel mixed-effects models
- Survival analysis
- Epidemiology and related
- Endogenous covariates
- Sample-selection models
- Treatment effects
- SEM (structural equation modeling)
- LCA (latent class analysis)
- FMM (finite mixture models)
- IRT (item response theory)
- Multivariate analysis
- Survey data analysis
- Lasso
- Meta-analysis
- Multiple imputation

The command window shows the same text as in the previous screenshot, with the command `cmset IDCASE Pilihan12` visible. The Variables window on the right shows the same list of variables.





### Langkah 5. Input data

Stata/MP 16.0 - E:\Data Tesis\Pemilihan Moda\Data\Set Pemilihan Moda.dta

File Edit Data Graphics Statistics User Window Help

History

```
1 use "E:\Data Tesis\Pemilihan Moda..."
```

Statistics/Data Analysis

Conditional logit (McFadden's choice model)

Dependent variable: PilihanSet

Alternative-specific independent variables: naKonfirmasi ATWaktumenunggujemputan ATDurasiperjalanan

Options

Case-specific independent variables: SAKU STATUSDITEMPAT ORAGNGBEKERJA MOBIL MOTOR TRANSPORTASIUTAMA SIM

Specify base alternative

Suppress alternative-specific constant terms

Use alternativewise deletion instead of casewise deletion

Offset variable:

Constraints: (optional)

OK Cancel Submit

Command

```
cmset IDCASE Pilihan12
```

Variables

Name	Label
IDCASE	ID CASE
USIA	USIA
JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN
PENDIDIKANTE...	PENDIDIKAN TERAKHIR
PEKERJAAN	PEKERJAAN
PENDAPATAN	PENDAPATAN
UANGSAKU	UANG SAKU
STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT
ORAGNGBEKERJA	ORAGNG BEKERJA
MOBIL	MOBIL
MOTOR	MOTOR

### Langkah 6. Hasil Running

oda\Data\Set Mahasiswa.dta

er Window Help

Alternatives variable: Pilihan12

alts per case: min = 2  
avg = 2.0  
max = 2

Log likelihood = -132.78634

Wald chi2(15) = 37.48  
Prob > chi2 = 0.0011

PilihanSet	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
<b>Pilihan12</b>					
ATBiayaperjalanan	-.0596122	.0273929	-2.18	0.030	[-.1133013, -.0059231]
ATLamaKonfirmasi	-.0012581	.0046445	-0.27	0.786	[-.0103613, .007845]
ATWaktumenunggujemputan	-.0333595	.0697868	-0.48	0.633	[-.1701392, .1034202]
ATDurasiperjalanan	-.0712816	.026228	-2.72	0.007	[-.1276876, -.0198756]
<b>1 (base alternative)</b>					
<b>2</b>					
USIA	.1335784	.0770714	1.73	0.083	[-.0174788, .2846357]
JENISKELAMIN	-.3333824	.3358518	-0.99	0.321	[-.9916398, .3248749]
PENDIDIKANTERAKHIR	-.7233982	.4719386	-1.53	0.125	[-1.648381, .2015845]
PENDAPATAN	-.0001217	.0002831	0.43	0.667	[-.0004332, .0006765]
UANGSAKU	-.9.29e-06	.0003989	-0.02	0.981	[-.0007911, .0007725]
STATUSDITEMPAT	.4085952	.1588733	2.57	0.010	[-.0972092, .7199811]
NGBEKERJA	.1406304	.2068754	0.68	0.497	[-.2648379, .5460986]
MOBIL	-.5522801	.3179699	-1.74	0.082	[-1.17549, .0709295]
MOTOR	-.1407001	.1913095	-0.74	0.462	[-.5156598, .2342595]
TASIUTAMA	-.0320499	.1866214	-0.17	0.864	[-.3978211, .3337213]
SIM	-.1829299	.201876	-0.91	0.365	[-.5785996, .2127398]
_cons	-.8241049	1.791261	-0.46	0.645	[-4.334912, 2.686703]

Variables

Name	Label
IDCASE	ID CASE
USIA	USIA
JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN
PENDIDIKANTE...	PENDIDIKAN TERAKH...
PENDAPATAN	PENDAPATAN
UANGSAKU	UANG SAKU
STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT
ORAGNGBEKERJA	ORAGNG BEKERJA
MOBIL	MOBIL
MOTOR	MOTOR
TRANSPORTASI...	TRANSPORTASI UTAN...

Properties

Variables

Data

Filename: Set Mahasiswa.dta



## Langkah 7. Filter yang signifikan

toda\Data\Set Mahasiswa.dta

ser Window Help

Iteration 3: log likelihood = -134.34899  
Iteration 4: log likelihood = -134.34898

Conditional logit choice model                    Number of obs =           532  
Case ID variable: IDCASE                         Number of cases =         266

Alternatives variable: Pilihan12                  Alts per case: min =      2  
    avg =                   2.0  
    max =                   2

Log likelihood = -134.34898                        Wald chi2(6) =           35.68  
    Prob > chi2 =           0.0000

PilihanSet	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
<b>Pilihan12</b>					
ATBiayaperjalanan	-.0636881	.0267533	-2.38	0.017	-.1161236   -.0112525
ATDurasiperjalanan	-.0689601	.0244245	-2.82	0.005	-.1168313   -.0210888
<b>1</b>	(base alternative)				
<b>2</b>					
STATUSDITEMPAT	.4415773	.1478919	2.99	0.003	.1517146   .7314401
MOBIL	-.5837807	.3072383	-1.90	0.057	-1.185957   .0183954
USIA	.1667753	.0663355	2.51	0.012	.0367601   .2967906
PENDIDIKAN TERAKHIR	-.847089	.415744	-2.04	0.042	-1.661932   -.0322456
_cons	-2.507259	1.295923	-1.93	0.053	-5.047223   .032704

**Variables**

Name	Label
IDCASE	ID CASE
USIA	USIA
JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN
PENDIDIKANTE...	PENDIDIKAN TERAKHIR
PENDAPATAN	PENDAPATAN
UANGSAKU	UANG SAKU
STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT
ORAGNGBEKERJA	ORAGNG BEKERJA
MOBIL	MOBIL
MOTOR	MOTOR
TRANSPORTASI...	TRANSPORTASI UTAMA

**Properties**

Variables

Name

Label

Type

Format

Value label

Notes

Data

Frame default

Filename Set Mahasiswa.dta

## Langkah 8. Margins

Stata/MP 16.0 - E:\Data Tesis\Pemilihan Moda\Data\Set Mahasiswa.dta

File Edit Data Graphics Statistics User Window Help

History

Iteration 3: log likelihood = -134.34899  
Iteration 4: log likelihood = -134.34898

Conditional logit choice model                    Number of obs =           532  
Case ID variable: IDCASE                         Number of cases =         266

Alternatives variable: Pilihan12                  Alts per case: min =      2  
    avg =                   2.0  
    max =                   2

Log likelihood = -134.34898                        Wald chi2(6) =           35.68  
    Prob > chi2 =           0.0000

PilihanSet	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
<b>Pilihan12</b>					
ATBiayaperjalanan	-.0636881	.0267533	-2.38	0.017	-.1161236   -.0112525
ATDurasiperjalanan	-.0689601	.0244245	-2.82	0.005	-.1168313   -.0210888
<b>1</b>	(base alternative)				
<b>2</b>					
STATUSDITEMPAT	.4415773	.1478919	2.99	0.003	.1517146   .7314401
MOBIL	-.5837807	.3072383	-1.90	0.057	-1.185957   .0183954
USIA	.1667753	.0663355	2.51	0.012	.0367601   .2967906
PENDIDIKAN TERAKHIR	-.847089	.415744	-2.04	0.042	-1.661932   -.0322456
_cons	-2.507259	1.295923	-1.93	0.053	-5.047223   .032704

**Variables**

Name	Label
IDCASE	ID CASE
USIA	USIA
JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN
PENDIDIKANTE...	PENDIDIKAN TERAKHIR
PENDAPATAN	PENDAPATAN
UANGSAKU	UANG SAKU
STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT
ORAGNGBEKERJA	ORAGNG BEKERJA
MOBIL	MOBIL
MOTOR	MOTOR
TRANSPORTASI...	TRANSPORTASI UTAMA

**Properties**

Variables

Name

Label

Type

Format

Value label

Notes

Data

Frame default

Filename Set Mahasiswa.dta

Command  
margins

Optimized using trial version  
www.balesio.com

## Langkah 9. Hasil Margins

Stata/MP 16.0 - E:\Data Tesis\Pemilihan Moda\Data\Set Mahasiswa.dta

File Edit Data Graphics Statistics User Window Help

History

```

1 use "E:\Data Tesis\Pemilihan Moda..."
2 cmsset IDCASE Pilihan12
3 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
4 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
5 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
6 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
7 margins
                    
```

Pilihan12						
ATBiyayerjalanan	-.0636881	.0267533	-2.38	0.017	-.1161236	-.0112525
ATDurasiperjalanan	-.0689601	.0244245	-2.82	0.005	-.1168313	-.0210888
1	(base alternative)					
2						
STATUSDITEMPAT	.4415773	.1478919	2.99	0.003	-.1517146	.7314401
MOBIL	-.5837807	.3072383	-1.90	0.057	-1.185957	.0183954
USIA	.1667753	.0663355	2.51	0.012	.0367601	.2967906
PENDIDIKANTERAKHIR	-.847089	.415744	-2.04	0.042	-1.661932	-.0322456
_cons	-2.507259	1.295923	-1.93	0.053	-5.047223	.032704

```

. margins
Predictive margins           Number of obs   =   532
Model VCE       :   OIM
Expression      :   Pr(Pilihan12|1 selected), predict()
                    
```

	Margin	Delta-method Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
_outcome					
1	.7180451	.0250765	28.63	0.000	.6688961 .7671942
2	.2819549	.0250765	11.24	0.000	.2328058 .3311039

Command

Variables

Name	Label
IDCASE	ID CASE
USIA	USIA
JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN
PENDIDIKANTE...	PENDIDIKAN TERAKHIR
PENDAPATAN	PENDAPATAN
UANGSAKU	UANG SAKU
STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT
ORAGNGBEKERJA	ORAGNG BEKERJA
MOBIL	MOBIL
MOTOR	MOTOR
TRANSPORTASI...	TRANSPORTASI UTAMA

## Langkah 10. Print PDF

Stata/MP 16.0 - E:\Data Tesis\Pemilihan Moda\Data\Set Mahasiswa.dta

File Edit Data Graphics Statistics User Window Help

Results

```

1 use "E:\Data Tesis\Pemilihan Moda..."
2 cmsset IDCASE Pilihan12
3 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
4 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
5 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
6 cmclogit PilihanSet ATBiyayerjala...
7 margins
                    
```

Pilihan12						
ATBiyayerjalanan	-.0636881	.0267533	-2.38	0.017	-.1161236	-.0112525
ATDurasiperjalanan	-.0689601	.0244245	-2.82	0.005	-.1168313	-.0210888
1	(base alternative)					
2						
STATUSDITEMPAT	.4415773	.1478919	2.99	0.003	-.1517146	.7314401
MOBIL	-.5837807	.3072383	-1.90	0.057	-1.185957	.0183954
USIA	.1667753	.0663355	2.51	0.012	.0367601	.2967906
PENDIDIKANTERAKHIR	-.847089	.415744	-2.04	0.042	-1.661932	-.0322456
_cons	-2.507259	1.295923	-1.93	0.053	-5.047223	.032704

```

. margins
Predictive margins           Number of obs   =   532
Model VCE       :   OIM
Expression      :   Pr(Pilihan12|1 selected), predict()
                    
```

	Margin	Delta-method Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
_outcome					
1	.7180451	.0250765	28.63	0.000	.6688961 .7671942
2	.2819549	.0250765	11.24	0.000	.2328058 .3311039

Command

Variables

Name	Label
IDCASE	ID CASE
USIA	USIA
JENISKELAMIN	JENIS KELAMIN
PENDIDIKANTE...	PENDIDIKAN TERAKHIR
PENDAPATAN	PENDAPATAN
UANGSAKU	UANG SAKU
STATUSDITEMPAT	STATUS DITEMPAT
ORAGNGBEKERJA	ORAGNG BEKERJA
MOBIL	MOBIL
MOTOR	MOTOR
TRANSPORTASI...	TRANSPORTASI UTAMA



## LAMPIRAN – 2

(Kuesioner)





UNIVERSITAS HASANUDDIN  
PROGRAM STUDI PASCA SARJANA  
FAKULTAS TEKNIK JURUSAN SIPIL

# KUESIONER

## Karakteristik Perilaku Perjalanan Belanja Terhadap Tren Belanja Online

- SURVEY INI DILAKUKAN UNTUK MENGETAHUI KARAKTERISTIK BERBELANJA MASYARAKAT DALAM MEMENUHI KIBUTUHAN SEHARI-HARI SERTA MENGETAHUI PERAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI TERHADAP KARAKTERISTIK BELANJA TERSEBUT -

Nama Surveyor :  
No Kuesioner : \_ \_ \_ \_ \_  
Lokasi Survey :  
Tanggal & Bulan :



- Data yang Anda berikan pada kuesioner ini akan kami jaga kerahasiaannya serta hanya kami gunakan untuk kepentingan penelitian-

Optimized using  
trial version  
[www.balesio.com](http://www.balesio.com)

## CONTOH PENGISIAN

Bentuk Pilihan Ganda

Jenis Kelamin:

- a. Pria  
b. Wanita

Bentuk Isian Terbuka

Usia Anda: 26 Tahun

Bentuk Isian Terbuka Bertingkat

Kepemilikan dan ketersediaan kendaraan pribadi:

- a. Mobil : 1 unit  
b. Sepeda motor : 1 unit  
c. Sepeda, dll : 2 unit  
d. Tidak mempunyai kendaraan

Bentuk Pilihan Ganda Bertingkat

Beli online lebih praktis untuk saya:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
---------------------	--------------	--------	---------------

1

2

3

4

## PERTANYAAN AWAL

A. Apakah Anda **pernah** menggunakan aplikasi online shopping untuk berbelanja?

- a. Ya  
b. Tidak

Jika Anda mengisi **Ya** pada **pertanyaan di samping**, maka Anda dapat melanjutkan ke pertanyaan di bawah ini.

## Karakteristik Responden

- Usia Anda : \_\_\_\_\_ Tahun
- Jenis kelamin:  
a. Pria      b. Wanita
- Pendidikan terakhir Anda:  
a. SMP atau lebih rendah      c. Diploma/Sarjana  
b. SMA/SMK      d. Magister/Doktor
- Pekerjaan:  
a. Mahasiswa/Pelajar      f. Dosen/Guru/Dokter  
b. Wiraswasta      g. Ibu rumah tangga  
c. Tidak bekerja      h. Lainnya: \_\_\_\_\_  
d. PNS/TNI/Polri  
e. Pegawai swasta / BUMN
- Rata-rata jumlah jam kerja/sekolah : \_\_\_\_ jam/hari
- Rata-rata jumlah hari kerja/sekolah : \_\_\_\_ hari/minggu
- Pendapatan keluarga Anda per bulan :  
a. < Rp. 1,000,000  
b. Rp. 1,000,001 – Rp. 3,000,000  
c. Rp. 3,000,001 – Rp. 6,000,000  
d. Rp. 6,000,001 – Rp. 9,000,000  
e. Rp. 9,000,001 – Rp. 12,000,000  
f. > Rp. 12,000,000
- Pengeluaran keluarga Anda per bulan:  
a. < Rp. 500,000  
b. Rp. 500,000 – Rp. 1,000,000  
c. Rp. 1,000,001 – Rp. 2,000,000  
d. \_\_\_\_\_,000  
e. \_\_\_\_\_,000  
f. \_\_\_\_\_,000  
g. \_\_\_\_\_,000  
h. \_\_\_\_\_,000
- Jenis \_\_\_\_\_  
a. \_\_\_\_\_  
b. \_\_\_\_\_
- Kepemilikan tempat tinggal :  
a. Milik sendiri      d. Kost/sewa  
b. Milik orang tua      e. Lainnya : \_\_\_\_\_  
c. Milik saudara
- Tipe tempat tinggal saat ini :  
a. < 45 m<sup>2</sup>      c. 76 – 100 m<sup>2</sup>      e. 151 – 200 m<sup>2</sup>  
b. 45 – 75 m<sup>2</sup>      d. 101 – 150 m<sup>2</sup>      f. > 201 m<sup>2</sup>
- Lama tinggal di tempat tinggal Anda saat ini :  
a. < 1 thn      c. 3-5 thn      e. >10 thn  
b. 1-3 thn      d. 5-10 thn
- Jumlah penghuni yang bekerja :  
a. 0      c. 2 orang  
b. 1 orang      d. > 2 orang
- Jumlah penghuni yang sekolah/kuliah :  
a. 0      c. 2 orang  
b. 1 orang      d. > 2 orang
- Jumlah anggota keluarga yang tinggal bersama :  
a. 0      c. 3-4 orang  
b. 1-2 orang      d. > 4 orang
- Status Anda dalam keluarga :  
a. Suami/istri      d. Saudara  
b. Ayah/Ibu      e. Lainnya : \_\_\_\_\_  
c. Anak
- Jenis Surat Izin Mengemudi (SIM) yang Anda miliki:  
a. SIM A      d. SIM A dan C  
b. SIM B      e. SIM B dan C  
c. SIM C      f. Tidak memiliki SIM
- Jumlah penghuni yang bisa bepergian sendiri dan memiliki SIM :  
a. 0      c. 3-4 orang  
b. 1-2 orang      d. >4 orang
- Kepemilikan dan ketersediaan kendaraan pribadi :  
a. Mobil : \_\_\_\_\_ unit  
b. Motor : \_\_\_\_\_ unit  
c. Sepeda, dll : \_\_\_\_\_ unit  
d. Tidak memiliki kendaraan





Optimized using  
trial version  
www.balesio.com

# Preferensi Pemilihan In Store Shopping vs E-Shopping

Pada bagian ini Anda akan dihadapkan dengan dua pilihan pembelian barang pada pembelian barang langsung (in store) dan pembelian online (e-shopping). Anda diminta memilih pilihan yang sesuai dengan preferensi Anda, kedua pilihan tersebut tersusun dengan atribut antara lain biaya pengiriman, waktu tempuh ke toko, lama pengiriman, biaya barang, jumlah barang, jenis barang.

Contoh situasi antara lain:

SITUASI 1		 E-shopping	 In store
<b>Biaya Pengiriman</b> (Rp)		40.000	-
<b>Waktu tempuh ke toko</b> (menit)		-	30
<b>Lama Pengiriman</b> (hari)		3	-
<b>Biaya pembelian barang</b> (Rp)		250.000	350.000
<b>Jumlah barang</b> (keranjang)		5	5
<b>Lama belanja</b> (menit)		15	30
<b>Jenis barang</b>		Kebutuhan Sehari-hari	

*“Atribut di samping merupakan variabel yang kami minta Anda pertimbangkan dalam memutuskan pilihan.”*

Pilihan Anda :









Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

## BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)

Kode : A  
**ATRIBUT**

<b>Biaya Pengiriman</b> (Rp)	
<b>Waktu tempuh ke toko</b> (menit)	
<b>Lama Pengiriman</b> (hari)	
<b>Biaya pembelian barang</b> (Rp)	
<b>Jumlah barang</b> (keranjang)	
<b>Lama b</b>	



SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
 E-shopping	 In store	 E-shopping	 In store	 E-shopping	 In store
40.000	-	80.000	-	80.000	-
-	120	-	120	-	30
3	-	7	-	3	-
500.000	500.000	1.000.000	500.000	250.000	500.000
2	4	2	2	4	6
15	60	15	60	30	30
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:



**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : B  
**ATRIBUT**



Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama belanja (menit)	

Pilihan Anda :



**SITUASI 1**

 E-shopping	 In store
80.000	-
-	120
5	-
250.000	250.000
4	4
15	15
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SITUASI 2**

 E-shopping	 In store
60.000	
-	30
3	-
1.000.000	250.000
4	6
60	60
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SITUASI 3**

 E-shopping	 In store
40.000	-
-	120
7	-
250.000	1.000.000
4	6
30	60
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:



**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : C  
**ATRIBUT**



Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama b	





**SITUASI 1**

 E-shopping	 In store
60.000	-
-	120
5	-
500.000	250.000
2	6
30	30
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SITUASI 2**

 E-shopping	 In store
40.000	
-	30
5	-
500.000	1.000.000
6	6
60	15
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**SITUASI 3**

 E-shopping	 In store
40.000	-
-	120
7	-
250.000	1.000.000
4	6
30	30
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : D  
**ATRIBUT**

Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama belanja (menit)	

Pilihan Anda :

	SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
	E-shopping	In store	E-shopping	In store	E-shopping	In store
Biaya Pengiriman (Rp)	60.000	-	40.000		60.000	-
Waktu tempuh ke toko (menit)	-	60	-	30	-	30
Lama Pengiriman (hari)	5	-	7	-	7	-
Biaya pembelian barang (Rp)	1.000.000	500.000	1.000.000	500.000	500.000	500.000
Jumlah barang (keranjang)	2	2	4	6	6	2
Lama belanja (menit)	30	15	30	15	15	60
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : E  
**ATRIBUT**

Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama b	



	SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
	E-shopping	In store	E-shopping	In store	E-shopping	In store
Biaya Pengiriman (Rp)	80.000	-	80.000		40.000	-
Waktu tempuh ke toko (menit)	-	60	-	30	-	60
Lama Pengiriman (hari)	3	-	7	-	5	-
Biaya pembelian barang (Rp)	250.000	1.000.000	250.000	500.000	500.000	500.000
Jumlah barang (keranjang)	6	2	2	6	6	4
Lama belanja (menit)	30	60	60	30	60	30
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : F  
**ATRIBUT**

Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama belanja (menit)	

Pilihan Anda :

	SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
	E-shopping	In store	E-shopping	In store	E-shopping	In store
Biaya Pengiriman (Rp)	60.000	-	40.000		80.000	-
Waktu tempuh ke toko (menit)	-	60	-	60	-	60
Lama Pengiriman (hari)	7	-	3	-	7	-
Biaya pembelian barang (Rp)	250.000	250.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	250.000
Jumlah barang (keranjang)	6	6	2	6	2	4
Lama belanja (menit)	15	15	15	30	60	60
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : G  
**ATRIBUT**

Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama b	



	SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
	E-shopping	In store	E-shopping	In store	E-shopping	In store
Biaya Pengiriman (Rp)	40.000	-	60.000		60.000	-
Waktu tempuh ke toko (menit)	-	60	-	120	-	120
Lama Pengiriman (hari)	7	-	3	-	7	-
Biaya pembelian barang (Rp)	500.000	250.000	250.000	500.000	1.000.000	1.000.000
Jumlah barang (keranjang)	4	2	4	2	6	4
Lama belanja (menit)	30	30	60	30	15	30
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : H  
**ATRIBUT**

Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama belanja (menit)	

Pilihan Anda :

	SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
	E-shopping	In store	E-shopping	In store	E-shopping	In store
Biaya Pengiriman (Rp)	60.000	-	40.000		80.000	-
Waktu tempuh ke toko (menit)	-	60	-	120	-	120
Lama Pengiriman (hari)	3	-	5	-	3	-
Biaya pembelian barang (Rp)	500.000	1.000.000	1.000.000	250.000	1.000.000	500.000
Jumlah barang (keranjang)	4	2	6	2	6	6
Lama belanja (menit)	60	15	60	60	30	15
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon isikan pilihan Anda pada ketiga situasi di bawah ini:

**BELANJA KEBUTUHAN SEHARI-HARI (GROCERY)**

Kode : I  
**ATRIBUT**

Biaya Pengiriman (Rp)	
Waktu tempuh ke toko (menit)	
Lama Pengiriman (hari)	
Biaya pembelian barang (Rp)	
Jumlah barang (keranjang)	
Lama b	



	SITUASI 1		SITUASI 2		SITUASI 3	
	E-shopping	In store	E-shopping	In store	E-shopping	In store
Biaya Pengiriman (Rp)	80.000	-	40.000		60.000	-
Waktu tempuh ke toko (menit)	-	60	-	30	-	30
Lama Pengiriman (hari)	5	-	3	-	5	-
Biaya pembelian barang (Rp)	500.000	250.000	250.000	250.000	1.000.000	250.000
Jumlah barang (keranjang)	4	6	2	2	2	4
Lama belanja (menit)	15	60	15	15	30	60
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Karakteristik Belanja Kebutuhan Sehari-hari

## A. Pelaku Belanja

20. Apakah Anda melakukan sendiri belanja kebutuhan sehari-hari ?  
a. Ya                      b. Tidak
21. Jika tidak, siapa yang melakukan belanja tersebut:  
a. Orang tua                      d. Saudara  
b. Partner                      e. Asisten Rumah Tangga  
c. Anak                      f. Lainnya : \_\_\_\_\_

## B. Karakteristik Belanja

Seluruh pertanyaan ini untuk toko yang paling sering dikunjungi untuk belanja kebutuhan sehari-hari.

22. Jenis tempat belanja :  
a. Pasar tradisional                      d. Mini market  
b. Warung                      e. Super market  
c. Toko kecil                      f. Hypermarket
23. Nama toko :
24. Bahan yang paling sering dibeli :  
a. Bahan makanan                      f. Kaset/ video  
b. Makanan cepat saji                      g. Roti- makanan ringan  
c. Minuman                      h. Perangkat keras  
d. Produk pakaian                      i. Lainnya : \_\_\_\_\_  
e. Obat-obatan
25. Lokasi ini dipilih karena :  
a. Dekat rumah  
b. Dekat tempat kerja  
c. Sejalan saat pulang ke rumah  
d. Sejalan saat berangkat kerja  
e. Sejalan dengan perjalanan lainnya  
f. Sejalan menuju kampus/sekolah  
g. Tidak ada pilihan lain  
h. Lainnya : \_\_\_\_\_
26. Biasanya dari lokasi mana Anda memulai belanja :  
a. Rumah                      c. Sekolah / kampus  
b. Kantor                      d. lainnya : \_\_\_\_\_
27. Hari Anda umumnya berbelanja pada toko tersebut :  
a. Weekend / Akhir pekan (Sabtu – Minggu)  
b. Weekdays/ Hari kerja (Senin – Jumat)  
c. Setiap hari

28. Perjalanan menuju tempat belanja ini adalah :  
a. Hanya bertujuan belanja  
b. n satu lokasi lain  
c. n dua lokasi lain  
d. n lebih dari dua lokasi



29. N \_\_\_\_\_ menuju lokasi belanja:  
a. \_\_\_\_\_ g. Taksi  
b. \_\_\_\_\_ h. berjalan kaki  
c. Bus                      i. lainnya : \_\_\_\_\_  
d. Ojek pangkalan  
e. Angkutan online motor  
f. Angkutan online mobil

30. Jarak perjalanan ke lokasi belanja :  
a. < 1 km                      d. 10 – 15 km  
b. 1 – 5 km                      e. > 15 km  
c. 5 – 10 km
31. Waktu perjalanan Anda menuju lokasi belanja:  
a. < 5 menit                      d. 31 – 45 menit  
b. 6 – 15 menit                      e. 46 – 60 menit  
c. 16 – 30 menit                      f. > 60 menit
32. Biaya perjalanan ke lokasi belanja:  
a. < Rp. 10,000  
b. Rp. 10,001 – Rp. 20,000  
c. Rp. 20,001 – Rp. 30,000  
d. Rp. 30,001 – Rp. 40,000  
e. Rp. 40,001 – Rp. 50,000  
f. > Rp. 50,000
33. Rata – rata lamanya waktu sekali belanja :  
a. < 30 menit                      d. 91 – 120 menit  
b. 31 – 60 menit                      e. > 120 menit  
c. 61 – 90 menit
34. Frekuensi belanja di tempat itu:  
a. Kurang dari 1 kali seminggu  
b. 1 kali seminggu  
c. 2 – 3 kali seminggu  
d. 4 – 6 kali seminggu  
e. Lebih dari 6 kali seminggu
35. Total pengeluaran belanja di toko ini (setiap belanja) :  
a. < Rp. 100,000  
b. Rp. 100,001 – Rp. 250,000  
c. Rp. 250,001 – Rp. 500,000  
d. Rp. 500,001 – Rp. 750,000  
e. Rp. 750,001 – Rp. 1,000,000  
f. Rp. 1,000,001 – Rp. 1,500,000  
g. > Rp. 1,500,000
36. Sudah berapa lama Anda berbelanja di toko ini:  
a. < 1 tahun                      d. 5 – 10 tahun  
b. 1 – 2 tahun                      e. > 10 tahun  
c. 2 – 5 tahun
37. Kegiatan yang Anda lakukan selain belanja (**bisa memilih lebih dari 1**) :  
a. Hanya belanja  
b. Makan di restoran atau tempat makan lain  
c. Bermain  
d. Membeli barang non kebutuhan sehari-hari  
e. Menonton film di bioskop  
f. Berjalan-jalan menikmati suasana  
g. Lainnya : \_\_\_\_\_

### C. Karakteristik Pemilihan Toko

No.	Faktor-faktor	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
<b>38</b> PRODUK	38.1 Toko ini menjual barang yang lebih terjangkau	1	2	3	4	5
	38.2 Toko ini menjual produk yang lebih berkualitas	1	2	3	4	5
	38.3 Toko ini menjual produk yang lebih beragam	1	2	3	4	5
	38.4 Toko ini menerima jenis kartu kredit yang lebih beragam	1	2	3	4	5
<b>39</b> SUASANA	39.1 Toko ini memiliki suasana yang mendorong saya menjadi lebih boros	1	2	3	4	5
	39.2 Toko ini memiliki suasana yang lebih nyaman dan menyenangkan	1	2	3	4	5
<b>40</b> DESAIN	40.1 Toko ini memiliki desain yang unik dan menarik	1	2	3	4	5
	40.2 Toko ini memiliki penataan barang yang memudahkan pelanggan untuk mencari	1	2	3	4	5
	40.3 Toko ini memiliki area belanja yang lebih luas	1	2	3	4	5
	40.4 Toko ini memiliki desain yang menarik untuk semua umur	1	2	3	4	5
	40.5 Toko ini memiliki pencahayaan yang lebih baik	1	2	3	4	5
	40.6 Toko ini memiliki waktu buka yang panjang	1	2	3	4	5
	40.7 Toko ini memiliki kebersihan yang lebih baik	1	2	3	4	5
<b>41</b> FASILITAS	41.1 Toko ini memiliki fasilitas bermain anak-anak dan ramah anak	1	2	3	4	5
	41.2 Toko ini memiliki pilihan tempat makan (food court) yang lebih beragam	1	2	3	4	5
	41.3 Toko ini memiliki pilihan tempat hiburan yang beragam (bioskop, tempat olahraga, dll)	1	2	3	4	5
	41.4 Toko ini memiliki berbagai pilihan tempat membeli kebutuhan pakaian dan lainnya (outlet, apotik, dll)	1	2	3	4	5
	41.5 Toko ini memiliki tempat duduk (bersantai) yang lebih memadai	1	2	3	4	5
	41.6 Toko ini memiliki area parkir yang lebih luas	1	2	3	4	5
<b>42</b> AKSESIBILITAS	42.1 Toko ini lebih dekat dengan rumah saya	1	2	3	4	5
	42.2 Toko ini lebih dekat dengan tempat bekerja/sekolah saya	1	2	3	4	5
	42.3 Toko ini lebih dekat dengan rumah saudara/kerabat saya	1	2	3	4	5
	42.4 Toko ini terakses dengan berbagai angkutan umum	1	2	3	4	5
	42.5 Toko ini terakses mudah untuk memesan angkutan online	1	2	3	4	5
	42.6 Toko ini memiliki alternatif pembelian secara online	1	2	3	4	5
	42.7 Toko ini memiliki akses jalan yang tidak macet	1	2	3	4	5
<b>43</b> LAYANAN	43.1 Toko ini memiliki keamanan yang lebih baik	1	2	3	4	5
	43.2 Toko ini memiliki proses yang baik dalam pengembalian barang	1	2	3	4	5
	43.3 Toko ini sering memberikan promo hadiah lainnya (mobil, motor, liburan, dll)	1	2	3	4	5
	43.4 Toko ini sering memberikan potongan harga	1	2	3	4	5



# Peran Teknologi Untuk Belanja Online

## A. Karakteristik Umum

44. Pengalaman belanja online (30 hari terakhir) :
- Tidak pernah
  - Sesekali (< 3x)
  - Beberapa kali (4-6 x)
  - Sering (7-14 x)
  - Sangat sering (15-30 x)
  - Selalu (>30 x)
45. Aplikasi/situs belanja online yang paling sering Anda gunakan:
- Tokopedia
  - Zalora
  - Lazada
  - Tanpa perantara (instagram)
  - Bibli
  - Bukalapak
  - Lainnya : \_\_\_\_\_
46. Rata-rata waktu Anda berbelanja di situs/aplikasi belanja online :
- < 15 menit
  - 15-30 menit
  - 31-45 menit
  - 46-60 menit
  - 61-90 menit
  - > 90 menit
47. Media yang paling sering Anda gunakan untuk berbelanja online :
- Laptop / komputer
  - Smartphone
  - Lainnya : \_\_\_\_\_
48. Total pengeluaran belanja di situs/aplikasi tersebut (setiap belanja) :
- < Rp. 100,000
  - Rp. 100,001 – Rp. 250,000
  - Rp. 250,001 – Rp. 500,000
  - Rp. 500,001 – Rp. 1,000,000
  - Rp. 1,000,001 – Rp. 2,000,000
  - Rp. 2,000,001 – Rp. 4,000,000
  - > Rp. 4,000,000
49. Rata-rata waktu barang Anda sampai setelah pemesanan di situs/aplikasi :
- < 1 hari
  - 1-2 hari
  - 2-3 hari
  - 3-4 hari
  - 5-7 hari
  - > 7 hari
50. Pengaruh online shopping pada frekuensi belanja Anda:
- Tidak ada pengaruh
  - Jauh lebih banyak daripada sebelumnya
  - Jauh lebih sedikit daripada sebelumnya

Saya menggunakan Perangkat Elektronik untuk belanja dalam 30 hari terakhir		Tidak Pernah	Sesekali	Sering	Sangat Sering	Selalu
		0	< 3x	3-14 x	15-30 x	>30 x
51 BELANJA	51.1	1	2	3	4	5
	51.2	1	2	3	4	5
	51.3	1	2	3	4	5
	51.4	1	2	3	4	5
	51.5	1	2	3	4	5

## III. B. Aspek dan preferensi Perangkat elektronik untuk belanja (1)

No.	Faktor-faktor	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
52 BARANG	52.1	1	2	3	4	5
	52.2	1	2	3	4	5
53 AKSES	53.1	1	2	3	4	5
	53.2	1	2	3	4	5
	53.3	1	2	3	4	5



## B. Aspek dan preferensi ICT untuk belanja (2)

No.	Faktor-faktor	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
54 PENGELUARAN	54.1 Ongkos kirim barang lebih murah daripada biaya transportasi saya ke toko.	1	2	3	4	5
	54.2 Harga barang yang ditawarkan di aplikasi online lebih murah daripada di toko	1	2	3	4	5
	54.3 Penghematan uang saya alokasikan untuk membeli barang lain (kebutuhan lainnya)	1	2	3	4	5
	54.4 Penghematan uang saya alokasikan untuk menabung untuk kebutuhan non-barang (pendidikan, asuransi, dll)	1	2	3	4	5
55 PRODUKTIFITAS	55.1 Belanja online menghemat waktu daripada belanja di toko.	1	2	3	4	5
	55.2 Saya dapat mengalokasikan penghematan waktu belanja saya untuk kegiatan lainnya.	1	2	3	4	5
	55.3 Pilihan barang yang banyak membuat saya lebih membutuhkan waktu lama untuk membeli barang.	1	2	3	4	5
	55.4 Desain aplikasi yang membingungkan membuat saya membutuhkan waktu lama untuk membeli	1	2	3	4	5
56 REALISASI	56.1 Kondisi barang yang dibeli sangat baik (tidak cacat).	1	2	3	4	5
	56.2 Barang yang dikirim sesuai dengan pesanan saya.	1	2	3	4	5
	56.3 Waktu antar barang yang tidak pasti membuat saya cemas.	1	2	3	4	5
	56.4 Saya lebih nyaman jika dapat melihat barang secara langsung	1	2	3	4	5
57 PENDAPAT	57.1 Saya belanja online pada penjual yang memiliki review bagus.	1	2	3	4	5
	57.2 Saya berbelanja online berdsarkan pendapat teman-teman, keluarga, atau saudara.	1	2	3	4	5
	57.3 Saya belanja online hanya dengan melihat reputasi penyedia aplikasi saja	1	2	3	4	5

58. Jika belanja online, umumnya saya melakukan :

- Perbandingan **harga antar online** lalu akhirnya melakukan **belanja online**
- Perbandingan **harga antar online dan di toko** lalu akhirnya melakukan **belanja online**
- Perbandingan **harga antar online dan di toko** lalu akhirnya melakukan **belanja di toko**
- Langsung melakukan belanja online** tanpa melakukan perbandingan

## III. C. Pengalaman Negatif Belanja Online

No.	Faktor - faktor	Tidak Pernah	Sesekali	Sering	Sangat Sering	Selalu
		0	< 3x	3-14 x	15-30 x	>30 x
59	Menunggu barang datang sangat lama.	1	2	3	4	5
	dengan pesanan (dikirim barang lain)	1	2	3	4	5
	tidak sesuai dengan harapan (berbeda)	1	2	3	4	5
	padahal sudah membayar	1	2	3	4	5
	tidak memberikan fasilitas/solusi saat	1	2	3	4	5
	menyulit komunikasi saat barang	1	2	3	4	5
65	Uang tidak kembali saat terjadi kesalahan	1	2	3	4	5
66	Penjual tidak baik/sopan dalam menawarkan produk	1	2	3	4	5