

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. 2014. Apa itu Toko *Online* ? Retrieved from <https://filloshop.com/docs/post/apa-itu-toko-Online>
- Aga Haris, Suharyono, Arifin Zainul. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 51, No. 1.
- Agustini, Ni Kadek Devi Aprilia. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di OnlineShop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha. Vol. 9 No. 1
- Ahmad, Amar. 2012. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi: Akar Revolusi dan Berbagai Standarnya*. Vol. 13, No. 1
- Alamsyah, Doni Purnama dan Ria Yuli Angliawati. 2015. *Buying Behavior Of Organic Vegetables Product: The Effects Of Perceptions Of Quality And Risk*. International Journal Of Scientific & Technology Research Volume 4, Issue 12
- Alfan, Achmad Khoiri. 2019. *Karakteristik dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui E-Commerce*. Vol. XVI No. 1
- Alma, Bachari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung, 2009
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arimbi, Sri Kusyani. 2017. "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian *Online* Produk Organik di Kecipir". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Departemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Asmarantaka, Ratna Winandi dkk. 2017. *Konsep Pemasaran Agribisnis: Pendekatan Ekonomi dan Manajemen*. Jurnal Agribisnis Indonesia. Vol. 5, No. 2
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2018. *Profil Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Badan Pusat Statistik Kota Jayapura. 2019. *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun Menurut Kecamatan di Kota Jayapura*. Diakses pada tanggal 19 Februari 2021.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang. Badan Penerbit Undip
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang. Badan Penerbit Undip

- Harahap, Dedy Ansari, dan Dita Amanah. 2018. *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 9, No. 2
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Herlambang, Susatyo. 2004. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Cet; Gosyen Publishing
- Isnaini, Lutfi, Danang Manumono, Arum Ambarsari. 2018. *Keragaan dan Potensi Agribisnis Salak di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta*. Jurnal MASEPI Vol. 3, No. 1
- Juju, D. and Maya, M. 2010. *Cara Mudah Buka Toko Onlinedengan Wordpress+WP E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Khoirunnisa, Luthfianti. 2019. "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pertanian Secara *Online* di Agripedia". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Departemen Agribisnis, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. 2001. *Principles of Marketing (6th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip dan Keller, Lane Kevin. 2016. *A Framework for Marketing Management*. Global Edition. Pearson Education Limited, 6th Edition
- Malhotra, Naresh. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan, Edisi keempat, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Ngafifi, Muhammad. 2014. *Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam prespektif social budaya*. Jurnal perkembangan pendidikan: fondasi dan aplikasi 2(1), 34-35
- Nurmadina. 2016. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online*: Studi Kasus pada Konsumen Fashion *Online* di Kota Makassar". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin, Makassar.
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online Dengan Multiply*. Jakarta: Media Kita.
- Osterwalder, Alexander. 2010. *Business Model Canvas*. (T. Clark, Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Priyatno, Dwi. 2009. *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom. Yogyakarta
- Riyadi, dkk. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 8 No. 2
- Rumengan, Marlen Meilani. 2015. *KAJIAN KINERJA AGRIBISNIS STARWBERRY ORGANIK Study Kasus Kelompok Tani Kina Kelurahan Rurukan dan Kelompok Tani Agape Kelurahan Rurukan Satu*. Vol. 6 No. 9

- Sani, Achmad dan Masyhuri. 2010. *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN-MALIKI PRESS
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Saragih, Bungaran. 2010. *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Bogor: IPBpress.
- Sari, Chacha Andira. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa iAntropologi Di Universitas Airlangga*. Jurnal AntroUnairdotNet: Vol. 4 No. 2
- Sarwono, J. Dan Prihartono, K. 2012. *Perdagangan Online: Cara bisnis di Internet* : Elex Media Koputindo
- Schiffman dan Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen*. Prentice Hall, Inc. Edisi Ketujuh.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Fourth Edition. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekartawi. 2007. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta. Penerbit Rajawali
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Suhari, Yohane. 2008. *Keputusan Membeli Secara Onlinedan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jurnal Teknologi Informasi Dinamik. Vol. XIII No. 2
- Sumarwan, U. 2014. *Model Keputusan Konsumen*. In *Perilaku konsumen* (1st ed., pp. 1– 41). Universitas Terbuka.
- Suroyo, B.T. & Handayani, W. 2014. *Pengembangan Kawasan Agropolitandi Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, 5(3), 243-261.
- Suwandi, E. 2019. *Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome*. Pontianak.
- Wibowo. 2014. *Pemanfaatan Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis*. Vol. 1, No. 1
- Yuliana, Dewi. 2020. *Pengaruh Efisiensi, Persepsi Resiko dan Tingkat Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian (Konsumen Toko Online Shopee Di Ponorogo)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Produk Agribisnis Secara *Online* di Distrik Abepura, Kota Jayapura, Provinsi Papua (Studi Kasus Pada Akun Facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap)**

#### A. Petunjuk Pengisian

- Mohon dengan hormat bantuan dan kesediaan bapak/ibu/sdr untuk mengisi seluruh pertanyaan yang ada dengan sejujur-jujurnya
- Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan seluruh pilihan jawaban
- Berikan tanda centang pada salah satu pilihan jawaban yang bapak/ibu/sdr anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya
- Atas kesediaan bapak/ibu/sdr dalam membantu peneliti mengisi kuesioner, peneliti mengucapkan terima kasih

#### B. Identitas/Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Usia : 12 - 25 Tahun  
26 - 35 Tahun  
36 - 45 Tahun  
46 - 55 Tahun  
56 – 65 Tahun  
> 65 Tahun
3. Jenis Kelamin : Laki – Laki  
Perempuan
4. Pendidikan Terakhir : Tidak Sekolah  
SD  
SMP  
SMA  
Perguruan Tinggi
5. Pekerjaan : Tidak Bekerja  
Pelajar/Mahasiswa  
Pegawai Negeri Sipil (PNS)  
Pegawai BUMN  
Pegawai Swasta/Wiraswasta  
Lainnya.....
6. Pendapatan per Bulan : < Rp.1.500.000,-  
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.500.000,-  
Rp. 2.500.000 - Rp. 3.500.000,-  
Rp. 3.500.000 - Rp. 5.000.000,-  
> Rp. 5.000.000,-
7. Jumlah Anggota Keluarga : < 3 orang  
3-5 orang  
> 5 orang

**C. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Produk Agribisnis Secara *Online* di Akun Facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap (X)**

No	Pertanyaan	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya berbelanja produk agribisnis secara <i>online</i> karena harga produk sesuai dengan kualitas produk.					
2.	Saya berbelanja produk agribisnis secara <i>online</i> karena harga yang lebih murah dibanding di toko/pasar.					
3.	Saya berbelanja produk agribisnis secara <i>online</i> karena adanya potongan harga yang diberikan oleh penjual.					
4.	Saat berbelanja <i>online</i> , saya merasa lebih nyaman dalam mencari produk agribisnis yang saya inginkan.					
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja <i>online</i> karena respon dari penjual lebih cepat.					
6.	Dengan berbelanja <i>online</i> akan lebih menghemat waktu saya.					
7.	Saya rasa berbelanja <i>online</i> lebih mudah digunakan.					
8.	Dengan berbelanja <i>online</i> , saya dapat menemukan informasi dengan mudah.					
9.	Kepuasan saya dalam berbelanja akan menjadi bahan pertimbangan untuk berbelanja berikutnya.					
10.	Saya mengutamakan keamanan dalam pengiriman barang.					
11.	Saya yakin bahwa penjual akan menjaga data-data pribadi saya.					

**Keputusan Pembelian (Y)**

12. Produk agribisnis yang di jual di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap sesuai dengan kebutuhan saya.
- a. Sangat setuju  
b. Setuju  
c. Netral  
d. Tidak setuju  
e. Sangat tidak setuju
13. Berapa jumlah pembelian produk agribisnis yang Anda beli secara *online* (dalam sekali pembelian)?
- a. 1 macam  
d. 4 macam

- b. 2 macam
  - c. 3 macam
  - e. >4 macam
14. Berapa kali Anda melakukan pembelian produk agribisnis secara *online* (dalam satu bulan)?
- a. Setiap hari
  - b. Seminggu sekali
  - c. Dua minggu sekali
  - d. Tiga minggu sekali
  - e. Sebulan satu kali
15. Saya sering membeli produk agribisnis secara berulang di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap.
- a. Sangat sering
  - b. Sering
  - c. Kadang-kadang
  - d. Tidak sering
  - e. Sangat tidak sering
16. Saya merekomendasikan kepada orang lain mengenai produk yang sudah pernah saya beli.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Netral
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
17. Saya merasa puas setelah membeli produk agribisnis di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap.
- a. Sangat puas
  - b. Puas
  - c. Netral
  - d. Tidak puas
  - e. Sangat tidak puas

**D. Proses Pengambilan Keputusan**

18. Menurut Anda, seberapa penting pembelian produk agribisnis secara *online*?
- a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Kurang penting
  - d. Tidak penting
19. Berapa kali Anda melakukan pembelian produk agribisnis secara *online* (dalam satu bulan)?
- a. Setiap hari
  - b. Seminggu sekali
  - c. Dua minggu sekali
  - d. Tiga minggu sekali
  - e. Sebulan satu kali
20. Berapa jumlah pembelian produk agribisnis yang Anda beli secara *online* (dalam sekali pembelian)?

- a. 1 macam
  - b. 2 macam
  - c. 3 macam
  - d. 4 macam
  - e. >4 macam
21. Alasan mengapa Anda membeli produk agribisnis secara *online*?
- a. Kualitas produk agribisnis yang terjamin
  - b. Kemudahan dalam berbelanja
  - c. Harga yang terjangkau
  - d. Hanya ingin mencoba
22. Darimana Anda pertama kali mengetahui informasi mengenai pembelian produk agribisnis secara *online*?
- a. Keluarga
  - b. Teman/Kerabat
  - c. Promosi *online* (internet/media sosial)
23. Dari mana Anda mengetahui akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- a. Keluarga
  - b. Teman/Kerabat
  - c. Promosi *online* (internet/media sosial)
24. Dari sumber informasi yang Anda dapatkan, hal apa yang menurut Anda paling penting?
- a. Citra toko/e-commerce
  - b. Kualitas produk agribisnis
  - c. Harga produk agribisnis
  - d. Promosi yang ditawarkan
25. Berapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk pencarian informasi mengenai produk agribisnis di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- a.  $\leq 1$  hari
  - b. 2-7 hari
  - c. 2-3 minggu
  - d. 4 minggu
  - e. >4 minggu
26. Apa yang menjadi pertimbangan awal Anda sebelum membeli produk agribisnis secara *online*?
- a. Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis
  - b. Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis
  - c. Kualitas yang terjamin
  - d. Harga yang lebih murah

27. Apa yang menjadi pertimbangan Anda sebelum membeli produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- Kualitas produk
  - Kesegaran produk
  - Keragaman produk
  - Pengiriman yang cepat
  - Ketersediaan produk
  - Harga produk
28. Bagaimana cara Anda memutuskan untuk melakukan pembelian produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- Telah direncanakan, kemudian membeli
  - Tidak direncanakan, kemudian membeli
  - Sesuai dengan kebutuhan
29. Siapa yang paling memengaruhi keputusan Anda dalam melakukan pembelian produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- Pengalaman pribadi
  - Keluarga
  - Teman
30. Media promosi apa yang paling memengaruhi keputusan Anda dalam melakukan pembelian produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- Media *online* (internet/media sosial)
  - Promosi *word of mouth* atau terpengaruh dari pendapat orang lain
31. Kapan Anda lebih sering membeli produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- Setiap hari
  - Hari kerja
  - Akhir pekan (Sabtu-Minggu)
  - Hari libur nasional
32. Saya akan memutuskan untuk membeli produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap ketika?
- Seluruh informasi sudah didapatkan
  - Sudah mengetahui produk yang akan dibeli
  - Pembelian dilakukan spontan
33. Jenis produk apa yang sering Anda beli di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- Sayuran
  - Buah-buahan
  - Bumbu dapur
  - Bahan pokok (beras, telur, dll)
  - Daging-dagingan



34. Apakah Anda puas terhadap produk agribisnis yang dijual di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- a. Sangat puas
  - b. Puas
  - c. Tidak puas
  - d. Sangat tidak puas
35. Apakah Anda puas terhadap layanan yang diberikan oleh akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- a. Sangat puas
  - b. Puas
  - c. Tidak puas
  - d. Sangat tidak puas
36. Apakah Anda berminat membeli ulang produk agribisnis secara *online* di akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap?
- a. Ya
  - b. Tidak
37. Apakah Anda berminat merekomendasikan akun facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap kepada orang lain untuk membeli produk agribisnis secara *online* di *e-commerce* ini?
- a. Ya
  - b. Tidak

## Lampiran 2. Tabel Identitas Responden

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan Per Bulan	Jumlah Anggota Keluarga
1.	Shabrina Zahra	12-25 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
2.	Iswal Fajar	12-25 Tahun	Laki-Laki	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	<3 orang
3.	Esthi Tjahyati	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	3-5 orang
4.	Esti Diah Puspitasari	12-25 Tahun	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
5.	Suwarni	36-45 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
6.	Ratna M.S	36-45 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
7.	Elida Surlialy	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
8.	Irmawaty Lessy	36-45 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp4.000.000,00- Rp5.000.000,00	<3 orang
9.	Nayla Salsabila	12-25 Tahun	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
10.	Irawati	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Tidak Bekerja	>Rp5.000.000,00	3-5 orang
11.	Deshinta Alfitria Gunawan	12-25 Tahun	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
12.	Azkiah Putri	12-25 Tahun	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	>5 orang
13.	Sutari Mokoagow	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Tidak Bekerja	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
14.	Hadijah Mahyuddin	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	3-5 orang
15.	Asiah Zahra Zainuddin	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Tidak Bekerja	<Rp2.000.000,00	<3 orang
16.	Sumiati	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	3-5 orang
17.	Tyas Anisa	12-25 Tahun	Perempuan	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
18.	Riski	12-25 Tahun	Laki-laki	SMA	Pelajar/Mahasiswa	<Rp2.000.000,00	3-5 orang
19.	Dirayana	12-25 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	3-5 orang
20.	Liddy Herlina	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
21.	Endang Siswati	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	<3 orang
22.	Samuel Edowai	26-35 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	<Rp2.000.000,00	<3 orang
23.	Lisa Elisabet	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	>5 orang
24.	Mey	12-25 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai BUMN	>Rp5.000.000,00	>5 orang
25.	Putri	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai swasta/Wiraswasta	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	>5 orang
26.	Rocky Lalopua	12-25 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	Freelance	<Rp2.000.000,00	3-5 orang

27.	Mustanira	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	>5 orang
28.	Eric Alfredo	36-45 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
29.	Resti Rachman	12-25 Tahun	Perempuan	SMA	Honoror	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	3-5 orang
30.	Putri	12-25 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	CPNS	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	3-5 orang
31.	Greany Angelian	36-45 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai swasta/Wiraswasta	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	3-5 orang
32.	Sutrisno Tunggara	26-35 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	Pegawai swasta/Wiraswasta	Rp4.000.000,00- Rp5.000.000,00	3-5 orang
33.	Hartaty	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp4.000.000,00- Rp5.000.000,00	3-5 orang
34.	Dinno	12-25 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	CPNS	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	<3 orang
35.	Marjuannah	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	>5 orang
36.	Hj. Fahriah	46-55 Tahun	Perempuan	SMA	Tidak Bekerja	<Rp2.000.000,00	>5 orang
37.	Mirzan Ali	36-45 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	<3 orang
38.	Taqwa Nurul Awal	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	>5 orang
39.	Azizah	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Tidak Bekerja	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	3-5 orang
40.	Ratna Endah Priyanti	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	>5 orang
41.	Dian	36-45 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
42.	Dina M.	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp4.000.000,00- Rp5.000.000,00	3-5 orang
43.	Mudiyono	56-65 Tahun	Laki-laki	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	3-5 orang
44.	Marice A R	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	<3 orang
45.	Fitriany	36-45 Tahun	Perempuan	SMA	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp4.000.000,00- Rp5.000.000,00	3-5 orang
46.	Adinda Latief	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	3-5 orang
47.	Nur Hikmah	26-35 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp3.000.000,00- Rp4.000.000,00	<3 orang
48.	Fatmawati	36-45 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	>Rp5.000.000,00	3-5 orang
49.	Mina Apriyani	26-35 Tahun	Perempuan	SMA	Pegawai BUMN	Rp2.000.000,00- Rp3.000.000,00	<3 orang
50.	Sugiat Mini	46-55 Tahun	Perempuan	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	Rp4.000.000,00- Rp5.000.000,00	3-5 orang

### Lampiran 3. Tabel Data Tabulasi Respon Konsumen

Respon Konsumen Terhadap Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Agribisnis Secara *Online*

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4
3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5
5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
3	3	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	4	4
4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	3	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2	3	4	4	4
3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	2	1	2	4	3
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	1	3	4	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	1	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	3	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	1	2	3	3
4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	5
5	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	1	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3
4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	5	4	4	4	2	3	3
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5
3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	1	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5
4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	1	1	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5
4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5
5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	2	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	1	2	4	3
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5

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

### Respon Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

P1	P2	P3	P4	P5	P6
Penting	Seminggu sekali	4 macam	Harga yang terjangkau	Promosi online (internet/media sosial)	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Seminggu sekali	4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Sebulan satu kali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Sangat Penting	Seminggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Seminggu sekali	2 macam	Harga yang terjangkau	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Sangat Penting	Seminggu sekali	4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Sangat Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kualitas produk agribisnis yang terjamin	Keluarga	Keluarga
Sangat Penting	Dua minggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Sebulan satu kali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat

Penting	Dua minggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Sebulan satu kali	3 macam	Kualitas produk agribisnis yang terjamin	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Sebulan satu kali	2 macam	Hanya ingin mencoba	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Sebulan satu kali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Keluarga	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Sebulan satu kali	2 macam	barang yang sedang dibutuhkan	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Sangat Penting	Dua minggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Keprabat	Teman/Kerabat
Penting	Sebulan satu kali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Seminggu sekali	3 macam	Harga yang terjangkau	Teman/Kerabat	Promosi online (internet/media sosial)
Kurang Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Penting	Dua minggu sekali	>4 macam	Harga yang terjangkau	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Sangat Penting	Dua minggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Kurang Penting	Sebulan satu kali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Sangat Penting	Seminggu sekali	2 macam	Harga yang terjangkau	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Sebulan satu kali	1 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Teman/Kerabat
Penting	Setiap hari	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat

Sangat Penting	Seminggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	2 macam	Kualitas produk agribisnis yang terjamin	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Promosi online (internet/media sosial)	Teman/Kerabat
Kurang Penting	Sebulan satu kali	2 macam	Hanya ingin mencoba	Promosi online (internet/media sosial)	Promosi online (internet/media sosial)
Sangat Penting	Seminggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	3 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	2 macam	Harga yang terjangkau	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Seminggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Sangat Penting	Seminggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Sebulan satu kali	>4 macam	Kualitas produk agribisnis yang terjamin	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Dua minggu sekali	2 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat
Penting	Sebulan satu kali	>4 macam	Kemudahan dalam berbelanja	Teman/Kerabat	Teman/Kerabat

P7	P8	P9	P10	P11	P12
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Harga yang lebih murah	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kualitas yang terjamin	Kesegaran produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Keragaman produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi

Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Harga yang lebih murah	Kesegaran produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Harga produk agribisnis	2-7 hari	Harga yang lebih murah	Harga produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Harga yang lebih murah	Harga produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Ketersediaan produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Teman
Citra toko/e-commerce	2-7 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Keragaman produk	Tidak direncanakan, kemudian membeli	Keluarga
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kesegaran produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Harga produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kesegaran produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Kualitas yang terjamin	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kualitas yang terjamin	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
kualitas, harga, promosi	≤1 hari	Harga yang lebih murah	harga, kualitas, kesegaran	Tidak direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Ketersediaan produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi



Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Harga produk agribisnis	2-3 minggu	Kualitas yang terjamin	Pengiriman yang cepat	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kualitas yang terjamin	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Harga produk agribisnis	2-7 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Keragaman produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	2-3 minggu	Kualitas yang terjamin	Ketersediaan produk	Tidak direncanakan, kemudian membeli	Teman
Kualitas produk agribisnis	4 minggu	Kualitas yang terjamin	Harga produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Harga yang lebih murah	Ketersediaan produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kesegaran produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kesegaran produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	2-3 minggu	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Kualitas produk	Tidak direncanakan, kemudian membeli	Teman
Harga produk agribisnis	≤1 hari	Harga yang lebih murah	Kesegaran produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kualitas yang terjamin	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kualitas yang terjamin	Kesegaran produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Promosi yang ditawarkan	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Teman
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Kesegaran produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Keluarga

Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Promosi yang ditawarkan	≤1 hari	Ingin mencoba cara baru membeli produk agribisnis	Harga produk	Tidak direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Keluarga
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	2-7 hari	Kualitas yang terjamin	Kesegaran produk	Sesuai dengan kebutuhan	Keluarga
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Pengiriman yang cepat	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kesegaran produk	Sesuai dengan kebutuhan	Teman
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Keragaman produk	Sesuai dengan kebutuhan	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kualitas yang terjamin	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi
Kualitas produk agribisnis	≤1 hari	Kemudahan dalam memperoleh produk agribisnis	Kualitas produk	Telah direncanakan, kemudian membeli	Pengalaman pribadi

P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Sangat Puas	Puas	Ya	Ya

Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Seluruh informasi sudah didapatkan	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Daging-Dagingan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Seluruh informasi sudah didapatkan	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Sangat Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Seluruh informasi sudah didapatkan	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Hari kerja	Seluruh informasi sudah didapatkan	Sayuran	Sangat Puas	Puas	Ya	Ya

Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bumbu Dapur	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bumbu Dapur	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Bumbu Dapur	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Daging-Dagingan	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Hari libur nasional	Seluruh informasi sudah didapatkan	Bumbu Dapur	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Seluruh informasi sudah didapatkan	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya

Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Pembelian dilakukan spontan	Buah-Buahan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Pembelian dilakukan spontan	Buah-Buahan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Hari kerja	Seluruh informasi sudah didapatkan	Buah-Buahan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah-Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Pembelian dilakukan spontan	Bumbu Dapur	Puas	Kurang Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Daging-Dagingan	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu-Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Puas	Ya	Ya

Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Buah- Buahan	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Daging- Dagingan	Puas	Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Bahan pokok (beras, telur, dll)	Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Buah- Buahan	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Media online (internet/media sosial)	Hari kerja	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Sudah mengetahui produk yang akan dibeli	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Sayuran	Puas	Puas	Ya	Ya
Promosi word of mouth atau terpengaruh dari pendapat orang lain	Akhir pekan (Sabtu- Minggu)	Seluruh informasi sudah didapatkan	Sayuran	Sangat Puas	Sangat Puas	Ya	Ya

#### Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Validitas	Cronbach Alpha	Reliabilitas
Harga	P1	0.838133	0.361	Valid	0.68	Reliabel
	P2	0.828143	0.361	Valid		
	P3	0.683559	0.361	Valid		
Kenyamanan	P4	0.882096	0.361	Valid	0.754	Reliabel
	P5	0.911831	0.361	Valid		
	P6	0.846475	0.361	Valid		
Efisiensi	P7	0.926016	0.361	Valid	0.835	Reliabel
	P8	0.834342	0.361	Valid		
	P9	0.768147	0.361	Valid		
Kepercayaan	P10	0.813789	0.361	Valid	0.715	Reliabel
	P11	0.815834	0.361	Valid		
	P12	0.746522	0.361	Valid		
Keputusan Pembelian	P13	0.56251	0.361	Valid	0.718	Reliabel
	P14	0.688322	0.361	Valid		
	P15	0.786647	0.361	Valid		
	P16	0.652234	0.361	Valid		
	P17	0.748332	0.361	Valid		

## Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.109	50	.188	.957	50	.067

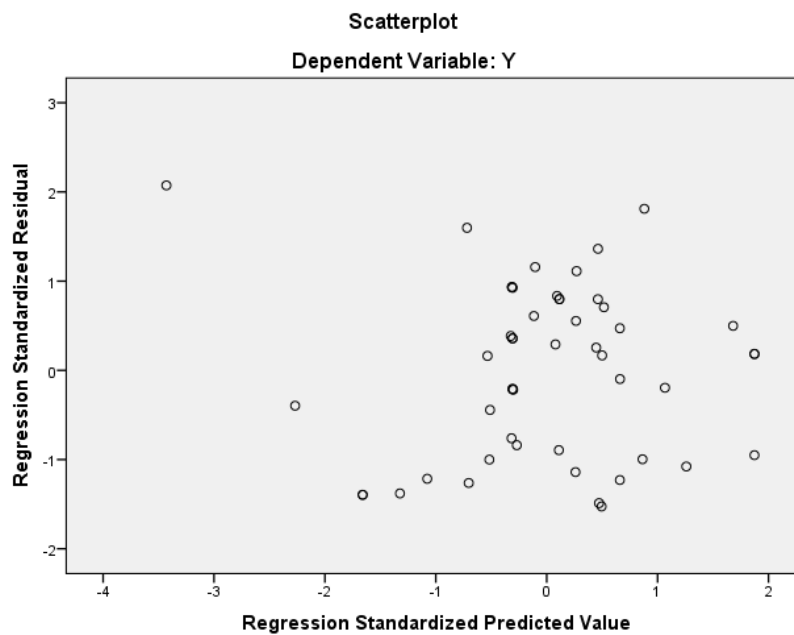
a. Lilliefors Significance Correction

### Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
1 X1	.530	1.885	
X2	.484	2.065	
X3	.447	2.237	
X4	.673	1.486	

a. Dependent Variable: Y

### Uji Heteroskedastisitas





## Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.863 <sup>a</sup>	.745	.723	1.76345	1.524

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

## Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.860	2.563		-1.506	.139		
X1	.586	.235	.257	2.493	.016	.530	1.885
X2	.556	.261	.230	2.128	.039	.484	2.065
X3	.541	.198	.308	2.734	.009	.447	2.237
X4	.604	.218	.255	2.776	.008	.673	1.486

a. Dependent Variable: Y

## Hasil Uji T (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-3.860	2.563		-1.506	.139
1	X1	.586	.235	.257	2.493	.016
	X2	.556	.261	.230	2.128	.039
	X3	.541	.198	.308	2.734	.009
	X4	.604	.218	.255	2.776	.008

a. Dependent Variable: Y

## Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409.681	4	102.420	32.935	.000 <sup>b</sup>
	Residual	139.939	45	3.110		
	Total	549.620	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

## Hasil R Square

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.863 <sup>a</sup>	.745	.723	1.76345	1.524

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

**Lampiran 5. Foto Bersama Pemilik Akun Facebook Aisah Nurul Sahrom Harahap**

