

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Akehurst, G. (2009), "User generated content: the use of blogs for tourism organizations and tourism consumers", *Service Business*, Vol. 3 No. 1, pp. 51-61.
- Almana, Amal M. dan Abdulrahman A. Mirza. (2013). *The Impact of Electronic Word of Mouth on Consumers Purchasing Decisions. International Journal of Computer Applications. Volume 82*.
- Amblee, N. and Bui, T.X. (2007), "The impact of electronic-word-of-mouth on digital microproducts: an empirical investigation of Amazon shorts", in Österle, H., Acton, T. And Conboy, K. (Eds), *Proceedings of the 15th European Conference on Information Systems, AIS Electronic Library, St. Gallen*, pp. 36-47.
- Amelia, A., & Basuki, K. (2017). Pengaruh Personal Selling dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Vvariabel Intervening Pada Hotel Grand Asia Jakarta. *Media Manajemen Jasa*, 5(2).
- Anandita, Florentinus B. A. dan Sumarwo Dwi Saputra. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 15 No. 2, halaman: 203-210.
- Anderson, J.R. (1996), *The Architecture of Cognition, Harvard University Press, Cambridge, MA*.
- APJII- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (noreply@apjii.or.id). 5 Februari 2021. *Survei APJII 2019-2020(Q2)*, E-mail kepada Nicky Nur Aziz Setyawan (nickynurazissetyawan@gmail.com).
- Arbaini, Pratiwi, Zakaria Wahab, dan Marlina Widiyanti. (2020). Pengaruh *Consumer Online Rating* dan *Review* terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *Marketplace*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen, (Online)*, Vol. 7 No. 1, hal. 25-33, (<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm> diakses pada tanggal 9 Februari 2021).
- Atsila, Eka Riris, Siti Saroh, dan Dadang Krisdianto. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Online Consumer Review, dan Integrated Marketing Communication* di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ghealshy Shoes). *JIAGABI* Vol. 9, No.1, hal. 35-42.
- Barnes, J. G. (2008). *Secrets of Customer Relationship Management*. ANDI. Yogyakarta.

- Baron, Reuben M., & David A. Kenny. 1986. *The Moderator-Mediator Vvariabel Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations*. Vol. 51(6).
- Bilim, Y., Başoda, A. and Ozer, ö.,. (2013). "*Elektronik Tüketici yorumlarının Nitel Çözümlemesi ve Pazarlama Bişi Aracı Olarak Kullahırlılı: l'atil Otellerine Yönelik ğir Uybulama*", 14. Ulusal Tulizm Kongresi, 387407.
- Blackston, M. (1992). 'A Brand with an Attitude: A Suitable Case for Treatment', *Journal of the Market Reseach CompleteDatabase*. , vol.13, p.22. ProQuest Health & Medical
- Bone, P.F. (1995), "*Word-of-mouth effects on short-term and long-term product judgments*", *Journal of Business Research*, Vol. 32 No. 3, pp. 213-223.
- Bowman, D. and Narayandas, D. (2001), "*Managing customer-initiated contacts with manufacturers: the impact on share of category requirements and word-of-mouth behavior*", *Journal of Marketing Research*, Vol. 38 No. 3, pp. 281-297.
- Cheung, C.M., Lee, M.K. and Rabjohn, N. (2008), "*The impact of electronic word-of-mouth: the adoption of online opinions in online customer communities*", *Internet Research*, Vol. 18 No. 3, pp. 229-247.
- Daulay, Nuraini. (2020). Pengaruh *Online Customer Review dan Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara: Sumatera Utara.
- Daulay, Nurjannah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan). Fakultas Ekonom dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan: Medan.
- Davis, A. and Khazanchi, D. (2008), "*An empirical study of online word of mouth as a predictor for multi-product category e-commerce sales*", *Electronic Markets*, Vol. 18 No. 2, pp. 130-141.
- Dholakia, R.R. and Sternthal, B. (1977), "*Highly credible sources: persuasive facilitators or persuasive liabilities?*", *Journal of Consumer Research*, Vol. 3 No. 4, pp. 223-232.
- Febriana, Mitha dan Edy Yulianto. (2018). Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 Dan 2015/2016 Yang Membeli Dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis, (Online)*, Vol. 58 No. 1, (administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id diakses pada 14 februari 2021).
- Febrianto, F. X. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Feysen melalui media sosial, diYogyakarta.

- Feick, L.F. and Price, L.L. (1987), “*The market maven: a diffusers of marketable information*”, *The Journal of Marketing*, Vol. 51 No. 1, pp. 83-97.
- Filieri, R. (2016). *What makes an online consumer review kepercayaan worthy?* *Annals of Tourism Research*, 58, 46–64. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.019>
- Fitzsimmons. (2001). *Pelayanan Barang dan Jasa, Terjemahan Alih Bahasa Ellen Gunawan Sitompul, Uka Wikarya, dan Anton Hendranata*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gremler, D.D. (1994), “*Word-of-mouth about service providers: an illustration of theory development in marketing*”, in Park, C.W. and Smith, D.C. (Eds), *Proceedings of the AMA Winter Educators’ Conference: Marketing Theory and Applications*, American Marketing Association, Petersburg, FL, pp. 62-70.
- Hair, Joseph F. et al. 2010. *Multivariate Data Analysis A Global Perspective. Seventh Edition*. Pearson.
- Hart, C.W., Heskett, J.L. and Sasser, W.E. Jr (1990), “*The profitable art of service recovery*”, *Harvard Business Review*, Vol. 68 No. 4, pp. 148-156.
- Harviana, E. G. (2018). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan konsumen dalam berbelanja secara Online: Studi pada Toko Online Teensgallery (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)*.
- Hasan, Ali. (2010). *Pemasaran dari Mulut-ke-Mulut*. Yogyakarta: Media Presindo
- Herr, P.M., Kardes, F.R. and Kim, J. (1991), “*Effects of word-of-mouth and product-attribute information on persuasion: an accessibility-diagnostics perspective*”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 17 No. 4, pp. 454-462.
- Inayah, M. A. (2021). *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, PROMOTION, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE INDONESIA PADA MAHASISWA POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL (Doctoral dissertation, Politeknik Harapan Bersama Tegal)*.
- Irso. 09 November 2020. Dirjen PPI: *Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital, Program transformasi Digital*, (Online),(https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker, diakses pada tanggal 23 Februari 2021).

- Ives, B., Olson, M.H. and Baroudi, J.J. (1983), "The measurement of user information satisfaction", *Communications of the ACM*, Vol. 26 No. 10, pp. 785-793.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Kanitra, A. R., & Kusumawati, A. (2018). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Tahun Akademik 2017/2018 Pembeli Produk Oppo Smartphon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 64-73.
- Khammash, M. (2008). *Electronic Word-of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On-line Opinion Platforms: A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kurniawan, Y., Purwanti, A., & Kurnita, S. E. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Keputusan Pembelian Konsumen PT Mitra Beton Mandiri Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(2), 69-78.
- Kusuma, R. W., Ban, T., Yan, R., & Guntur, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(02), 125-136.
- Lee, J., Park, D. and Han, I. (2008), "The effect of negative online consumer reviews on product attitude: an information processing view", *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 7 No. 3, pp. 341-352.
- Lita, R. P. (2009). *Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan*. Trikonomika. Jakarta.
- Liu, Y. (2006), "Word of mouth for movies: its dynamics and impact on box office revenue", *Journal of Marketing*, Vol. 70 No. 3, pp. 74-89.
- Lovelock, Christopher, Joechen Wirtz, & Jacky Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, Jilid Kedua, Edisi ketujuh. Erlangga: Jakarta.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. (2009) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Madu, C.N. and Madu, A.A. (2002), "Dimensions of e-quality", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 19 No. 3, pp. 246-258

- Mahajan, V., Muller, E. and Kerin, R.A. (1984), "Introduction strategy for new products with positive and negative word-of-mouth", *Management Science*, Vol. 30 No. 12, pp. 1389-1404.
- Maheswaran, D. and Meyers-Levy, J. (1990), "The influence of message framing and issue involvement", *Journal of Marketing Research*, Vol. 27 No. 3, pp. 361-367.
- Mizerski, R.W. (1982), "An attribution explanation of the disproportionate influence of unfavorable information", *Journal of Consumer Research*, Vol. 9 No. 3, pp. 301-310.
- Money, R.B., Gilly, M.C. and Graham, J.L. (1998), "Explorations of national culture and word-of-mouth referral behavior in the purchase of industrial services in the United States and Japan", *The Journal of Marketing*, Vol. 60 No. 4, pp. 76-87.
- Nachrowi, Djalal Nachrowi, Hardius Usman. (2006). "Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan". Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia.
- O'Brien, James & Marakas, George. (2010). *Management Information System*. McGraw Hill: New York.
- Park, C. and Lee, T.M. (2009), "Antecedents of online reviews' usage and purchase influence: an empirical comparison of US and Korean Consumers", *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 23 No. 4, pp. 332-340.
- Pasi, L. N. K., & Sudaryanto, B. (2021). ANALISIS PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEWS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4).
- Payne, Adrian. (2000). *Pemasaran Jasa*, Cetakan I, Edisi I. Penerbit Andi offset: Yogyakarta.
- Peta E-Commerce Indonesia. (2020). Retrieved 9 7, 2020, from iPrice Inside, (Online), (<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses pada tanggal 25 Februari 2021).
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9 buku 1. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Peppers, Don dan Rogers, Martha. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategi Framework*. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Pratama, Y. E., Sudarwati, S., & Istiqomah, I. (2019). Keputusan Pembelian Online melalui Aplikasi Shopee di Surakarta Ditinjau dari Kualitas Layanan, *Online Customer Review* dan Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).

- Richins, M.L. (1983), "*Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers: a pilot study*", *The Journal of Marketing*, Vol. 47 No. 1, pp. 68-78.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. CV. Andi Offset: Yogyakarta.
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI ONLINE MARKETPLACE (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2014). *Metodologi penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Pustaka baru press: Yogyakarta.
- Sukawati, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet Di Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 190-200.
- Sunarto. (2009). *Manajemen Pemasaran 2*. Aditya Media. Yogyakarta.
- Supriyanto, Achmad s. dan Maharani, Vivin. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Tiro, Muhammad A. Sukarna, Aswi. 2010. *Analisis Jalur*. Makassar: Andira Publisher
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media Publisng: Malang.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Quality and Satisfication*, Edisi ke dua. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, Seri Desain Penelitian Bisnis – No 1, PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Usmara. (2003). *Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan dan Proses PT*. Amara Books: Jogjakarta.
- Wahyudi, T., Rinuastuti, B. H., & Sarmo, S. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(1), 1-7.
- Weinberger, M.G. and Dillon, W.R. (1980), "*The effects of unfavorable product rating information*", *Advances in Consumer Research*, Vol. 7 No. 1, pp. 528-532.

- Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Kepercayaan Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76-84.
- Willemsen, L.M., Neijens, P.C. Bronner, F. and de Ridder, J.A. (2011), "*Highly recommended! The content characteristics and perceived usefulness of online consumer reviews*", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 17 No. 1, pp. 19-38.
- Zhao, Xinyuan, Liang Wang, Xiao Guo, and Rob Law (2015). *The influence of online reviews to online hotel booking intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27 No. 6, pp. 1343-1364.
- Zhu, F. and Zhang, X. (2010), "*Impact of online consumer reviews on sales: the moderating role of product and consumer characteristics*", *Journal of Marketing*, Vol. 74 No. 2, pp. 133-148.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata**BIODATA****IDENTITAS DIRI**

- | | |
|------------------|----------------------------------|
| 1. Nama | : Nicky Nur Aziz Setyawan |
| 2. TTL | : Boyolali, 13 Desember 1998 |
| 3. Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| 4. Alamat | : Jl. Sarappo No. 51 |
| 5. No Hp | : 081543156117 |
| 6. Email | : nickynurazissetyawan@gmail.com |

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. TK Budi Mulia Jakarta (2004-2005)
2. SD Strada Slamet Riyadi I Tangerang (2005-2011)
3. SMP Gamaliel Makassar (2011-2014)
4. SMA Katolik Rajawali Makassar (2014-2017)
5. S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (2017-Sekarang)

RIWAYAT PRESTASI / PENCAPAIAN

1. PENERIMA DANA MODAL USAHA (START UP) PROGRAM MAHASISWA WIRAUSAHA UNHAS 2019

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Humas Senat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin Makassar (2019-2020).
2. Persekutuan Mahasiswa Kristen Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin Makassar (2017-Sekarang).
3. Ikatan Mahasiswa Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin Makassar (2017-Sekarang).

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN ULASAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PASAR DARING DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Kasus pada Pengguna Pasar Daring di Kota Makassar)

Assalamualaikum wr. Wb.

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Perkenalkan nama saya Nicky Nur Aziz Setyawan, mahasiswa S1 program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin Makassar. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pasar Daring dan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening** (Studi Kasus pada Pengguna Pasar Daring di Kota Makassar)” yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Saya Mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Data yang terkumpul hanya digunakan untuk kepentingan akademik dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i yang meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan. Apabila ada pertanyaan lebih lanjut, silahkan menghubungi melalui:

WA : 087846946047

E-mail : nickynurazissetyawan@gmail.com

Wassalamualaikum wr.wb.

Hormat saya,

Nicky Nur Aziz Setyawan

A021171510

A. Screening Question

Petunjuk:

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (✓) pada jawaban yang dianggap sesuai!

1. Apakah anda pernah berbelanja secara *online* melalui *marketplace*?*

- Ya Tidak

* jika anda menjawab Ya, silahkan lanjut ke pertanyaan berikutnya. Namun jika jawaban anda Tidak, maka tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner.

2. Marketplace yang digunakan

- Shopee Lazada
 Tokopedia Blibli
 Bukalapak Lainnya (Sebutkan).....

3. Pengalaman berbelanja secara *online* melalui *marketplace*

- < 1 tahun
 1-2 tahun
 > 2 tahun

4. Berapa kali melakukan transaksi ketika berbelanja secara *online* melalui *marketplace* dalam sebulan?

- 1-3 kali 7-10 kali
 4-6 kali > 10 kali

5. Nominal yang dikeluarkan saat melakukan transaksi pembayaran secara *online* melalui *marketplace* dalam sebulan?

- < Rp 500.000 Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
 Rp 500.000 - Rp 1.000.000 > Rp 3.000.000
 Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000

B. Profil Responden

Petunjuk:

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (✓) pada jawaban yang dianggap sesuai!

1. Nama Responden :

2. Jenis Kelamin

- Laki-laki Perempuan

3. Usia

- 18-22 tahun 28-32 tahun >37 tahun
 23-27 tahun 33-37 tahun

4. Pendidikan saat ini

- SMA S2
 Diploma S3
 S1 Lainnya (sebutkan).....

5. Pekerjaan

- Pelajar Wiraswasta
 Mahasiswa Ibu rumah tangga
 Karyawan Lainnya (sebutkan).....

C. Tanggapan Responden

- I. Mohon terlebih dahulu Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk membaca pertanyaan-pertanyaan dengan cermat, sebelum mengisinya.
- II. Berikan tanda *ticmark* (✓) yang menjadi jawaban pilihan Bapak/Ibu/Saudara(i) pada salah satu keterangan yang ada.

- STS : Sangat Tidak Setuju = 1
 TS : Tidak Setuju = 2
 CS : Cukup Setuju = 3
 S : Setuju = 4
 SS : Sangat Setuju = 5

No	Item Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
Tangibles (Berwujud)						
1.	pusat layanan pasar daring mudah digunakan					
2.	informasi aplikasi pada pasar daring mudah dimengerti					
Realibility (Kehandalan)						
1.	pusat layanan pasar daring sigap dalam melayani permasalahan dalam proses transaksi dan permasalahan lainnya mengenai sistem operasional					
2.	pusat layanan pasar daring memberikan informasi yang jelas dan tepat saat saya menyampaikan keluhan atau masalah					
Responsiveness (Daya Tanggap)						
1.	pusat layanan pasar daring konsisten dalam menyelesaikan permasalahan konsumen sesuai dengan jadwal yang ditentukan					
2.	pusat layanan pasar daring dipercaya dapat menyelesaikan masalah sesuai dengan janji yang diberikan					
Assurance (Jaminan)						
1.	pusat layanan pasar daring berperilaku sopan saat melayani pelanggan sehingga memberikan pelayanan yang berkualitas					
2.	pusat layanan pasar daring mengutamakan kepentingan konsumen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas					
Empathy (Empati)						
1.	pusat layanan pasar daring dapat berkomunikasi dengan baik					
2.	pusat layanan pasar daring memberikan perhatian secara					

	individual					
Kegunaan ulasan online						
1.	ulasan <i>online</i> sangat bermanfaat					
2.	isi ulasan <i>online</i> sangat sesuai dengan produk					
Keahlian Pengulas						
1.	orang yang memberikan ulasan <i>online</i> tentang suatu produk merupakan orang yang terkenal					
2.	orang yang memberikan ulasan <i>online</i> memiliki pengetahuan terkait tentang produk					
Ketepatan waktu ulasan online						
1.	ulasan <i>online</i> terbaru dapat mencerminkan informasi tentang produk terkini					
2.	ulasan online yang baru-baru diposting sangatlah penting					
Volume ulasan online						
1.	semakin banyak jumlah ulasan <i>online</i> mencerminkan bahwa banyak orang yang tertarik tentang produk/ jasa tersebut					
2.	semakin banyak jumlah ulasan <i>online</i> akan meningkatkan niat pembelian saya					
Valensi ulasan online						
1.	ulasan yang negatif akan menurunkan niat saya untuk membeli produk tersebut					
2.	lebih memperhatikan produk yang memiliki jumlah ulasan positif paling banyak					
Kelengkapan Ulasan Online						
1.	semakin terperinci/lengkap ulasan tentang suatu produk akan menarik perhatian saya					
2.	ulasan yang lengkap/ terperinci tentang suatu produk sangat berguna					
Kredibilitas						
1.	para penjual di pasar daring jujur dalam melayani pelanggan					
2.	kata-kata para penjual di pasar daring dapat dipercaya					
Realibilitas						
1.	para penjual di pasar daring dapat diandalkan					
2.	dengan apa yang dilakukan oleh para penjual di pasar daring					
Intimacy						
1.	perkataan para penjual sesuai dengan tindakannya					
2.	para penjual tulus dalam melayani pelanggan					
Pengenalan Kebutuhan						
1.	membeli produk di <i>marketplace online</i> karena terdapat pilihan produk yang beragam					
2.	Keberagaman produk di <i>marketplace online</i> mampu memenuhi kebutuhan saya					
Pencarian Informasi						
1.	mencari informasi mengenai produk di <i>marketplace online</i> sebelum membeli					
2.	membeli produk di <i>marketplace online</i> karena sedang tren berbelanja secara online					
Evaluasi Alternatif						
1.	Setelah mendapatkan informasi yang saya inginkan, saya memutuskan membeli produk di <i>marketplace online</i>					
Keputusan Pembelian						
1.	Orang terdekat saya mempengaruhi minat saya membeli					
Perilaku Pasca Pembelian						
1.	akan melakukan pembelian ulang produk di <i>marketplace online</i>					
2.	Menggunakan produk di <i>marketplace online</i> merupakan keputusan yang tepat bagi saya					

Lampiran 3 Data Penelitian

No	Kualitas Pelayanan (X1)										Online Customer Review (X2)													
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TotalX1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TotalX2
1	5	5	4	3	4	4	5	5	4	3	42	5	4	3	4	4	4	3	5	3	1	2	3	41
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	2	5	4	2	5	2	5	3	3	2	4	42
3	4	3	4	5	2	4	3	5	3	3	36	5	4	2	4	5	2	5	2	2	2	4	3	40
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42	4	5	5	3	4	4	4	4	4	3	2	2	44
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	43
6	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41	5	4	3	2	5	5	2	4	2	4	4	4	44
7	5	5	2	3	2	2	5	3	5	5	37	5	3	1	3	5	3	5	4	4	4	4	4	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	2	4	3	4	5	3	2	5	5	2	2	4	41
9	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	46	5	2	5	5	5	2	5	2	2	5	2	2	42
10	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	43
11	5	4	3	2	2	3	4	5	4	4	36	5	2	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	5	4	4	5	4	4	2	40	5	3	2	3	5	4	5	5	5	5	5	5	52
13	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	38	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	54
14	5	5	3	3	3	3	2	2	5	1	32	5	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	41	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	55
16	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	47
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	54
18	5	5	3	3	3	3	3	4	2	3	34	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	44
19	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	41	3	2	2	3	4	4	5	4	4	5	5	5	46
20	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
22	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46	4	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	52
23	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	40	5	4	2	4	2	3	4	3	3	3	4	4	41
24	5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	36	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	5	3	48
25	5	4	3	3	3	4	4	4	4	2	36	5	4	1	2	5	5	5	4	4	3	3	4	45
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	50
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	57
28	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	47	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
29	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	40	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	55
30	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38	5	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	53
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	53
33	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	46	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	46
34	5	3	4	4	4	5	5	5	3	3	40	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	48
37	5	4	4	4	3	3	4	4	2	3	37	5	4	2	3	4	4	4	3	5	5	5	5	49
38	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	30	5	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	52
39	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	35	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	42
40	5	4	3	4	3	4	5	5	4	3	40	5	3	2	1	2	3	4	4	5	5	5	5	44
41	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	38	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	54
42	5	5	3	3	4	2	3	1	4	1	31	4	3	1	3	4	3	4	4	5	4	4	4	43
43	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
44	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32	3	2	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	43
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
46	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
47	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46	5	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	52
48	5	3	4	3	4	3	4	4	4	3	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
49	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
50	4	5	4	4	3	3	5	5	4	4	41	4	3	3	4	4	4	3	4	3	5	5	5	47
51	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	42	5	3	1	4	4	4	5	5	5	5	4	4	49
52	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	42	4	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	54
53	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	28	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	48
55	5	3	4	5	4	5	5	4	4	3	42	4	4	3	3	4	3	4	3	5	5	3	4	45
56	5	4	3	3	3	4	5	3	4	4	38	5	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
57	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	35	5	4	2	4	4	4	4	2	5	5	5	5	49
58	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	47	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	52
59	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43	5	3	2	4	4	5	4	5	3	5	5	5	50
60	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	39	4	4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	5	43
61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
62	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	36	5	5	2	4	5	3	5	2	5	5	5	5	51
63	5	4	3	4	3	4	5	4	4	3	39	5	4	1	3	4	5	5	3	4	5	5	5	49
64	5	4	5	4	3	3	4	5	5	3	41	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	42
65	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	43	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	52
66	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	41	5	3	5	3	4	3	4	3	5	3	5	5	48
67	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	36	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	47
68	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	45
69	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56
70	5	5	4	3	3	3	4	4	5	3	39	5	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	52
71	4	3	3	3	3	4	4	5	3	2	34	4	4	1	2	4	4	4	4	5	4	4	4	44
72	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	5	5	2	3	3	4	3	4	4	5	5	3	46
73	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	39	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	49
74	5	5	2	2	2	2	2	2	3	4	29	5	5	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	53
75	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	45

301	5	5	5	5	2	1	2	3	4	4	36	5	2	3	5	3	2	5	1	4	3	2	3	38
302	4	3	3	5	3	3	5	5	4	3	38	5	5	2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	55
303	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
304	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	46	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	49
306	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	5	4	2	4	5	5	5	4	5	4	3	5	51
307	5	4	5	2	2	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
308	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	47	5	4	3	3	4	5	5	5	3	5	5	5	52
309	5	4	2	2	3	3	4	3	5	3	34	3	4	3	2	5	4	3	4	5	5	4	5	47
310	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	58
311	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	36	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	54
312	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	42	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	49
313	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	35	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	55
314	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	40	5	4	2	4	4	5	4	5	5	5	4	5	52
315	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43	5	5	1	5	4	5	5	3	5	5	5	5	53
316	5	4	3	3	3	3	5	4	4	3	37	5	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	54
317	5	5	5	4	4	4	4	3	5	3	42	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
318	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	47	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	54
319	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	50
320	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	42
321	5	3	3	3	2	3	2	2	2	2	27	5	4	2	3	3	5	3	3	5	5	5	5	48
322	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	54
323	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
324	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	42	5	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	48
325	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	56
326	5	5	3	2	3	2	4	3	3	2	32	5	3	3	3	5	5	4	4	2	5	5	5	49
327	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	40	5	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	53
328	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	54
329	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	48
330	5	5	5	5	3	3	2	3	3	3	37	5	4	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	51
331	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	34	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	44
332	5	5	4	3	2	2	5	4	4	2	36	5	4	2	5	4	3	5	5	4	5	5	5	52
333	5	4	2	2	2	3	3	3	3	3	30	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	32
334	5	4	3	3	3	2	4	3	3	4	34	5	5	2	3	4	4	5	5	3	4	4	4	48
335	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	36	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
336	5	4	3	3	2	3	3	3	3	2	31	5	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	45
337	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
338	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
339	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	4	2	1	3	3	4	4	5	5	5	5	5	46
340	5	5	3	3	3	2	5	4	5	4	39	5	4	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	53
341	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	34	5	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	44
342	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	35	5	3	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	53
343	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	40	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
344	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	37	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	5	4	47
345	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	35	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	44
346	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	38	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	53
347	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
348	5	5	4	3	3	2	3	3	3	4	35	4	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	52
349	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
350	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	42	5	3	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	53
351	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	45	5	4	3	2	5	2	5	3	5	5	3	4	46
352	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	41	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
353	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	32	4	3	2	3	3	4	4	5	5	3	5	3	44
354	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
355	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37	5	4	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	52
356	5	4	3	3	2	3	4	3	3	2	32	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	51
357	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
358	5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	36	5	4	2	3	5	5	4	4	5	4	5	5	51
359	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
360	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
361	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	50
362	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	33	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	4	5	53
363	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	33	5	4	3	3	4	5	3	3	5	5	3	4	47
364	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
365	3	3	1	1	1	1	2	2	2	2	18	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	43
366	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	53
367	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	44	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	5	48
368	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4	37	5	5	1	2	4	4	4	4	4	4	5	4	46
369	4	4	5	2	1	2	4	4	2	4	32	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	46
370	5	2	5	5	5	5	2	4	4	4	41	5	5	2	5	4	5	5	4	5	4	5	4	53
371	4	5	2	5	4	5	2	4	5	5	41	4	4	4	5	5	4	2	5	5	5	2	5	50
372	4	5	4	4	4	4	4	5	2	2	38	5	2	2	4	5	1	5	5	5	4	2	2	42
373	4	5	4	2	4	4	5	2	4	1	35	4	5	5	5	2	4	4	5	5	5	4	1	49
374	4	5	2	5	5	5	2	2	2	5	37	5	5	2	4	1	1	4	5	4	4	4	4	44
375	5	2	5	5	2	4	5	5	5	5	43	4	4	4	2	4	4	4	2	5	5	5	5	48
376	4	5	3	2	5	4	5	2	4	5	39	4	4	4	2	4	5	2	1	5	5	5	1	42
377	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	36	5	5	5	5	4	2	3	3	5	5	3	3	48
378	5	2	5	1	5	5	5	4	4	4														

No	Trust (Z)							Keputusan Pembelian (Y)									
	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	TotalZ	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	TotalY	
1	4	3	4	4	4	4	5	24	5	5	4	2	5	3	4	4	32
2	4	3	4	4	4	4	4	23	4	5	5	4	5	2	4	5	34
3	2	3	2	2	3	3	3	15	5	5	4	1	4	2	4	4	29
4	4	4	3	5	4	5	5	25	5	5	5	4	3	3	4	4	33
5	4	3	4	3	3	4	4	21	4	3	4	4	4	5	5	4	33
6	4	4	4	4	4	4	3	23	5	5	5	3	5	3	5	4	35
7	3	2	3	3	3	3	3	17	5	5	5	1	5	1	5	5	32
8	4	3	4	3	4	5	5	23	5	5	5	3	5	4	5	5	37
9	3	3	4	3	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	1	5	4	3	3	31
12	4	3	3	3	3	3	3	19	5	5	5	3	5	4	5	5	37
13	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	3	5	4	4	4	33
14	3	1	5	1	1	5	5	16	5	5	5	1	1	1	3	5	26
15	4	3	4	3	4	4	4	22	4	5	5	3	4	3	4	4	32
16	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	4	5	4	4	32
17	3	4	3	3	3	3	4	20	5	5	5	4	5	5	5	5	39
18	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	2	4	3	4	3	28
19	4	3	4	4	3	3	3	21	4	5	5	4	5	4	4	5	36
20	3	3	4	3	4	4	4	21	5	4	5	1	4	2	5	5	31
21	3	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	3	5	5	5	5	38
22	5	3	3	3	3	4	4	21	5	4	5	2	5	3	5	4	33
23	2	3	4	3	4	4	4	20	4	5	3	2	3	1	5	4	27
24	3	4	5	3	4	4	4	23	4	4	4	3	4	2	2	2	25
25	4	4	4	3	3	4	4	22	4	5	5	2	3	4	4	4	31
26	4	3	4	4	4	4	4	23	5	5	5	4	4	4	4	4	35
27	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	3	5	5	4	5	5	27	5	5	5	3	5	3	5	5	36
29	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	5	4	5	5	4	4	35
30	3	4	3	3	4	4	4	21	4	4	5	4	5	4	3	3	32
31	5	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	3	3	3	4	3	4	4	20	5	4	5	5	4	4	3	3	33
34	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	5	5	5	2	5	5	34
35	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
36	4	2	2	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	2	4	4	28
37	4	2	3	3	3	5	5	20	5	5	5	3	4	3	1	3	29
38	3	3	3	3	3	4	4	19	3	3	3	4	3	3	4	4	27
39	4	4	4	3	3	3	3	21	3	3	3	4	4	4	4	4	29
40	4	3	5	4	4	5	5	25	5	5	2	1	3	4	2	5	27
41	4	4	3	4	4	4	4	23	5	5	5	2	5	2	5	4	33
42	2	2	2	2	3	2	2	13	4	4	5	1	4	2	4	3	27
43	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	5	2	3	3	3	4	28
45	3	3	3	3	3	4	4	19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
46	3	4	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	5	4	4	33
47	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	3	5	3	4	4	34
48	3	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	3	4	3	3	3	27
49	5	4	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	4	4	5	4	3	5	5	25	5	5	5	5	5	4	5	5	39
51	4	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	3	4	4	4	4	5	34
53	4	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	4	4	33
54	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	4	3	31
55	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	5	3	4	3	4	5	32
56	2	3	3	4	3	3	3	18	4	4	5	3	5	2	5	5	33
57	3	3	3	3	3	3	3	18	5	5	4	2	3	5	4	4	32
58	3	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	2	5	4	5	5	36
59	3	3	3	3	3	3	4	19	5	5	5	4	5	5	5	5	39
60	3	3	3	3	3	4	4	19	4	4	5	3	4	2	4	4	30
61	3	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	3	5	3	5	4	35
62	4	3	4	4	3	4	4	22	5	5	5	4	5	4	4	4	36
63	5	3	4	4	5	3	3	24	5	5	5	2	4	2	4	3	30
64	4	3	3	3	3	3	3	19	4	4	4	1	4	1	3	3	24
65	5	3	4	4	3	5	5	24	5	5	4	5	5	5	3	4	36
66	3	3	3	3	3	4	4	19	4	3	5	3	3	3	3	3	27
67	3	2	3	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	3	4	4	31
68	3	3	4	3	3	3	3	19	4	4	3	4	3	4	4	4	30
69	3	3	2	3	4	4	4	19	5	4	5	2	4	1	5	4	30
70	3	3	3	3	4	3	3	19	5	5	5	3	5	5	5	5	38
71	2	3	3	3	3	3	3	17	4	4	3	1	3	2	4	3	24
72	4	3	4	4	4	3	3	22	4	4	5	4	5	5	5	5	37
73	2	3	3	2	3	3	3	16	4	4	4	4	4	3	4	4	31
74	4	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	2	4	4	4	4	31
75	4	3	4	4	4	4	4	23	4	5	2	4	4	4	4	4	31
76	2	3	3	4	3	4	4	19	5	5	5	2	5	5	5	5	37
77	4	3	3	3	3	3	3	19	4	5	3	2	4	5	3	4	30
78	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	3	5	5	5	5	38
79	5	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	3	4	4	3	3	3	21	3	4	5	1	5	2	4	4	28

81	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5	4	5	4	37
83	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	2	4	4	3	29	
84	4	4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	4	5	5	5	39	
85	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	40	
86	4	4	3	4	4	4	4	23	5	5	5	5	5	5	5	40	
87	4	3	4	3	3	3	3	20	4	4	4	3	4	4	3	30	
88	3	2	3	2	2	2	2	15	4	4	5	2	4	3	3	28	
89	4	4	5	4	3	3	3	23	5	5	5	4	5	3	5	37	
90	3	3	3	3	2	4	4	18	5	4	4	4	4	3	4	32	
91	2	2	3	3	4	4	4	18	5	5	5	1	4	1	3	27	
92	3	3	4	4	4	4	4	22	5	5	5	1	4	3	5	33	
93	4	4	5	3	4	4	4	24	5	4	5	3	5	5	4	36	
94	5	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	3	5	5	4	36	
95	3	2	3	2	2	3	3	15	5	4	5	4	4	3	4	32	
96	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	3	4	4	30	
97	4	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	4	3	3	30	
98	4	3	3	4	4	4	3	21	4	4	5	4	5	5	5	37	
99	3	3	3	3	3	3	4	19	4	4	5	1	5	1	3	25	
100	4	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	2	4	3	4	29	
101	3	2	3	2	3	2	2	15	3	3	3	4	3	4	3	26	
102	4	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	3	5	5	5	38	
103	3	3	3	3	3	3	4	19	5	5	5	5	4	4	5	37	
104	3	3	2	2	3	3	3	16	5	5	5	2	5	5	4	34	
105	4	4	5	5	2	4	4	24	5	5	5	5	4	4	5	37	
106	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	32	
107	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	5	3	4	34	
108	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	4	4	37	
109	4	4	4	5	5	4	4	26	5	5	5	5	5	5	5	40	
110	4	3	4	4	4	4	4	23	3	4	5	1	4	3	4	28	
111	1	1	1	1	1	2	7	7	4	2	4	2	4	5	2	24	
112	4	4	4	4	3	4	4	23	5	5	5	1	4	1	5	31	
113	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	24	
114	4	4	3	3	3	4	4	21	4	4	5	2	4	5	3	31	
115	5	4	4	3	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	40	
116	2	2	2	2	2	2	2	12	4	3	4	4	4	4	4	31	
117	2	1	2	2	4	4	4	15	2	4	4	4	2	5	4	29	
118	4	2	4	2	5	2	2	19	5	4	2	2	5	5	5	33	
119	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	24	
120	3	4	4	4	4	4	4	23	4	4	5	3	4	4	5	34	
121	4	3	3	3	3	3	3	19	4	4	4	4	3	3	4	30	
122	4	4	4	4	4	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	40	
123	2	2	2	2	2	2	2	12	5	4	5	5	1	2	1	25	
124	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	40	
125	5	4	4	4	4	4	4	25	5	3	5	2	4	2	4	28	
126	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	3	4	1	3	27	
127	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	5	40	
128	3	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	3	4	3	4	29	
129	3	3	3	3	3	3	5	20	5	5	5	5	5	5	5	40	
130	3	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	24	
131	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	40	
132	3	4	3	4	4	4	4	22	4	4	4	2	3	2	4	26	
133	3	3	3	3	3	3	3	18	3	4	5	1	4	1	4	26	
134	5	4	4	4	5	4	4	26	4	5	5	3	5	3	3	32	
135	3	2	2	2	2	2	2	13	3	3	3	3	3	2	2	21	
136	3	3	3	4	3	5	21	4	4	4	3	4	3	4	3	29	
137	4	4	4	3	4	3	22	5	5	5	3	3	3	5	4	33	
138	3	3	3	3	4	3	19	4	4	4	4	4	3	4	4	31	
139	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
140	1	1	2	1	1	5	11	5	5	5	5	5	1	5	5	36	
141	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	32	
142	3	5	5	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
143	3	3	4	5	4	5	24	4	3	5	1	3	1	5	4	26	
144	3	4	4	4	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	39	
145	3	3	3	3	3	4	19	5	5	5	3	5	4	5	4	36	
146	3	3	4	4	4	3	21	4	4	4	3	4	3	4	4	30	
147	4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	3	5	3	4	31	
148	3	4	4	4	4	4	4	23	4	4	5	2	3	3	3	27	
149	3	4	4	3	4	4	4	22	4	4	4	3	4	4	4	30	
150	3	2	4	3	2	4	18	5	5	5	3	5	2	4	5	34	
151	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	40	
152	5	4	3	4	4	3	23	4	4	4	4	4	5	4	5	34	
153	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	3	4	3	4	4	33	
154	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	5	4	4	37	
155	3	4	5	4	3	2	21	4	4	5	3	4	5	3	4	32	
156	3	3	3	3	3	3	18	4	4	5	1	3	4	4	4	29	
157	1	1	1	1	5	1	10	5	5	5	1	5	5	5	5	36	
158	3	3	2	3	3	3	17	4	4	3	2	3	3	2	2	23	
159	3	3	3	2	3	4	18	4	4	5	3	4	2	4	4	30	
160	2	4	3	4	4	4	21	5	5	5	1	4	4	4	4	32	
161	4	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	2	4	5	4	35	
162	4	3	4	4	4	5	24	4	4	5	1	5	4	3	4	30	
163	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	1	5	5	5	5	36	
164	3	3	3	3	3	3	18	5	4	4	3	5	3	4	4	32	
165	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	3	4	3	4	4	33	
166	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
167	3	3	3	4	4	3	20	5	4	4	2	4	4	4	4	31	
168	4	3	3	3	3	3	19	5	3	5	2	5	3	4	3	30	
169	4	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	2	4	2	4	29	
170	4	4	3	4	3	2	20	4	2	5	1	4	1	1	3	21	

256	4	4	3	3	3	4	21	5	4	5	4	4	2	3	4	31
257	3	3	3	2	2	3	16	5	4	4	2	3	4	4	4	30
258	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	2	4	2	4	5	32
259	4	4	4	4	4	4	24	1	4	4	1	4	1	4	4	23
260	3	3	3	3	3	3	18	3	4	5	3	3	2	3	3	26
261	3	3	4	3	3	3	19	5	5	5	2	4	1	4	4	30
262	3	3	3	3	3	3	18	5	4	5	2	4	3	4	4	31
263	3	2	2	2	2	3	14	3	4	5	2	4	4	4	4	30
264	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	4	4	31
265	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
266	3	3	3	4	3	4	20	5	5	5	2	3	3	3	4	30
267	3	3	3	3	3	3	18	4	3	5	1	4	1	3	3	24
268	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	2	4	3	3	3	27
269	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	4	4	3	3	3	32
270	4	4	4	3	4	3	22	4	3	4	4	4	4	4	5	32
271	1	1	2	2	1	2	9	5	3	5	2	3	5	5	3	31
272	3	3	3	3	3	3	18	4	4	5	4	4	4	5	4	34
273	3	2	3	3	3	4	18	4	5	5	1	5	4	4	4	32
274	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	3	4	4	2	3	27
275	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	1	4	1	3	5	25
276	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
277	4	3	5	5	5	5	27	5	5	5	1	5	2	5	5	33
278	3	3	3	3	4	3	19	4	4	5	2	5	3	4	4	31
279	4	4	4	2	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
280	3	1	2	3	1	3	13	5	5	5	2	5	1	4	3	30
281	5	2	4	5	4	5	25	4	4	4	5	4	3	4	4	32
282	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	3	5	5	5	5	38
283	3	4	4	4	4	3	22	5	5	5	1	5	4	5	5	35
284	3	3	3	3	4	3	19	3	4	4	3	5	4	4	5	32
285	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	3	5	4	5	5	37
286	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	3	4	3	30
287	4	4	4	4	4	3	4	23	5	5	3	5	3	5	5	36
288	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	3	3	36
289	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	5	5	5	5	39
290	1	1	2	1	1	2	8	5	4	4	3	5	4	4	3	32
291	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	4	5	39
292	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
293	3	2	4	3	4	3	19	4	4	4	3	4	4	4	4	31
294	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	3	4	3	4	3	29
295	3	3	3	3	3	3	18	4	4	5	3	4	3	3	3	29
296	3	3	3	3	2	4	18	5	3	5	3	5	3	5	4	33
297	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	2	4	4	4	4	30
298	3	2	3	3	2	3	16	5	5	5	3	3	4	4	3	32
299	3	2	3	3	3	3	17	5	4	5	5	4	4	3	4	34
300	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	5	5	4	5	5	39
301	4	4	4	3	2	4	21	3	4	2	2	3	3	4	4	25
302	3	3	3	4	4	3	20	5	5	5	2	5	3	5	5	35
303	3	3	4	4	4	4	22	5	4	4	4	4	4	4	5	34
304	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	2	5	3	4	5	34
305	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	3	4	4	4	4	31
306	4	3	4	4	3	4	22	5	5	5	1	4	2	5	3	30
307	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
308	4	3	4	4	4	4	23	5	5	5	2	5	3	5	5	35
309	4	3	3	3	3	3	19	5	4	5	2	4	2	3	4	29
310	3	5	4	5	5	5	27	4	3	4	3	4	3	4	3	28
311	3	3	4	3	3	4	20	5	5	5	4	4	5	5	4	37
312	4	4	5	4	3	4	24	5	4	4	4	4	3	4	4	32
313	3	3	3	3	3	4	19	5	5	5	1	5	5	5	4	35
314	2	3	3	3	3	2	16	4	5	5	3	5	3	5	4	34
315	4	3	3	4	4	4	22	5	5	4	2	5	1	5	5	32
316	2	2	3	3	3	3	16	5	5	5	3	5	5	5	4	37
317	3	3	4	3	3	3	20	5	5	5	4	4	5	5	5	38
318	5	5	4	5	4	4	27	4	4	4	4	5	5	5	5	36
319	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	3	5	2	5	5	35
320	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	3	4	4	4	3	30
321	2	2	3	2	2	2	13	5	5	4	1	3	4	3	3	28
322	5	5	4	4	4	4	26	4	5	5	4	4	4	4	4	34
323	2	2	2	2	2	3	13	2	3	3	4	3	3	3	3	24
324	5	3	3	3	3	4	21	4	4	4	3	5	4	5	5	34
325	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	1	4	3	4	4	31
326	3	3	2	2	2	2	14	5	4	5	1	2	5	4	2	28
327	3	3	3	2	3	3	17	5	5	4	4	4	2	4	4	32
328	3	3	3	3	4	4	20	4	4	4	5	4	4	3	4	32
329	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	5	4	4	4	33
330	3	4	4	3	3	3	20	5	5	5	4	4	3	3	3	32
331	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	4	3	3	3	3	27
332	3	2	3	3	3	4	18	5	5	5	4	5	2	5	4	35
333	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	3	4	4	34
334	3	3	3	3	3	3	18	5	4	3	3	3	3	3	3	27
335	4	3	3	3	4	3	20	4	2	4	2	4	4	3	3	26
336	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	2	4	2	4	3	27
337	3	3	4	3	4	4	21	4	4	4	4	4	5	5	5	35
338	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
339	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	2	4	2	4	4	28
340	3	4	3	3	3	3	19	5	5	5	4	5	5	4	5	38

341	4	4	3	4	4	4	23	4	4	5	1	3	1	1	3	22
342	3	3	3	3	4	4	20	5	5	5	2	4	3	4	4	32
343	3	3	3	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
344	4	4	4	4	2	4	22	4	5	5	2	4	5	5	4	34
345	3	3	3	3	3	3	18	3	2	4	2	3	3	3	3	23
346	3	3	4	3	3	3	19	2	4	5	2	3	5	5	3	29
347	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	5	5	5	5	39
348	3	3	3	3	3	4	19	5	5	4	5	5	5	5	5	39
349	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	3	3	3	4	4	29
350	3	3	3	3	3	4	19	5	5	5	3	4	5	5	4	36
351	4	4	4	4	4	4	24	3	4	5	2	4	3	5	5	31
352	3	3	4	3	3	4	20	4	4	5	3	4	5	4	4	33
353	3	3	3	3	2	3	17	4	4	5	1	5	1	5	3	28
354	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	5	5	38
355	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	3	4	5	5	4	36
356	4	3	3	3	3	4	20	5	5	5	2	5	4	5	4	35
357	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	2	5	5	5	5	37
358	4	3	3	3	3	4	20	5	4	5	2	4	4	3	3	30
359	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
360	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
361	4	3	4	4	3	4	22	3	4	4	3	4	4	4	4	30
362	5	4	4	4	4	4	25	5	5	4	4	5	5	4	4	36
363	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	1	4	3	4	4	28
364	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	3	4	4	4	4	33
365	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	3	5	5	5	3	36
366	3	3	3	3	3	3	18	3	4	5	2	4	4	4	4	30
367	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	4	5	4	37
368	4	4	2	4	4	4	22	4	5	1	4	4	4	2	4	28
369	5	4	4	4	4	5	26	4	5	2	2	4	4	4	5	30
370	4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	2	5	5	5	5	36
371	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	1	5	5	2	4	29
372	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	2	5	5	4	4	35
373	5	2	5	5	4	5	26	4	4	4	2	5	5	2	5	31
374	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	1	5	5	1	5	32
375	5	1	5	5	5	5	26	5	5	5	4	4	5	4	2	34
376	4	1	5	5	4	4	23	4	5	5	1	4	4	4	4	31
377	5	2	5	4	4	4	24	5	5	5	2	5	3	5	5	35
378	5	4	4	5	5	5	28	3	5	2	5	5	5	4	5	34
379	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	2	3	5	5	5	32
380	5	5	4	4	4	5	27	5	4	5	2	5	5	4	4	34
381	4	4	4	5	5	4	26	5	4	3	1	5	5	3	4	30
382	4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	2	5	5	5	5	35
383	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	5	4	4	5	4	37
384	5	5	4	4	2	5	25	3	5	2	1	4	5	5	3	28
385	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	4	5	3	4	5	36

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validilitas

		Correlations										Kualitas Pelayanan(X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
X1.1	Pearson Correlation	1	,460**	,285**	,317**	,239**	,291**	,328**	,306**	,321**	,185**	,513**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.2	Pearson Correlation	,460**	1	,286**	,344**	,294**	,227**	,249**	,254**	,397**	,281**	,535**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.3	Pearson Correlation	,285**	,286**	1	,574**	,541**	,532**	,317**	,445**	,379**	,360**	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.4	Pearson Correlation	,317**	,344**	,574**	1	,547**	,551**	,354**	,470**	,456**	,420**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.5	Pearson Correlation	,239**	,294**	,541**	,547**	1	,653**	,369**	,442**	,414**	,416**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.6	Pearson Correlation	,291**	,227**	,532**	,551**	,653**	1	,420**	,524**	,374**	,393**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.7	Pearson Correlation	,328**	,249**	,317**	,354**	,369**	,420**	1	,515**	,528**	,334**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.8	Pearson Correlation	,306**	,254**	,445**	,470**	,442**	,524**	,515**	1	,485**	,481**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.9	Pearson Correlation	,321**	,397**	,379**	,456**	,414**	,374**	,528**	,485**	1	,447**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X1.10	Pearson Correlation	,185**	,281**	,360**	,420**	,416**	,393**	,334**	,481**	,447**	1	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Kualitas Pelayanan(X1)	Pearson Correlation	,513**	,535**	,712**	,757**	,741**	,751**	,644**	,732**	,702**	,657**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	Online Customer Review(X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	,373**	-,005	,185**	,336**	,338**	,369**	,206**	,113*	,237**	,289**	,250**	,520**
	Sig. (2-tailed)		,000	,922	,000	,000	,000	,000	,000	,026	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.2	Pearson Correlation	,373**	1	,243**	,351**	,334**	,243**	,145**	,200**	,080	,174**	,218**	,124*	,523**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,004	,000	,116	,001	,000	,015	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.3	Pearson Correlation	-,005	,243**	1	,371**	,169**	,106*	-,031	,097	,050	,059	-,099	-,108*	,334**
	Sig. (2-tailed)	,922	,000		,000	,001	,037	,539	,057	,326	,252	,053	,034	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.4	Pearson Correlation	,185**	,351**	,371**	1	,403**	,242**	,264**	,235**	,171**	,260**	,108*	,117*	,579**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000	,034	,021	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.5	Pearson Correlation	,336**	,334**	,169**	,403**	1	,435**	,323**	,278**	,241**	,334**	,241**	,246**	,638**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.6	Pearson Correlation	,338**	,243**	,106*	,242**	,435**	1	,313**	,329**	,257**	,359**	,327**	,324**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,037	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.7	Pearson Correlation	,369**	,145**	-,031	,264**	,323**	,313**	1	,455**	,186**	,334**	,365**	,351**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,539	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.8	Pearson Correlation	,206**	,200**	,097	,235**	,278**	,329**	,455**	1	,246**	,286**	,353**	,324**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,057	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.9	Pearson Correlation	,113*	,080	,050	,171**	,241**	,257**	,186**	,246**	1	,466**	,349**	,270**	,505**
	Sig. (2-tailed)	,026	,116	,326	,001	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.10	Pearson Correlation	,237**	,174**	,059	,260**	,334**	,359**	,334**	,286**	,466**	1	,506**	,437**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,252	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.11	Pearson Correlation	,289**	,218**	-,099	,108*	,241**	,327**	,365**	,353**	,349**	,506**	1	,613**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,053	,034	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
X2.12	Pearson Correlation	,250**	,124*	-,108*	,117*	,246**	,324**	,351**	,324**	,270**	,437**	,613**	1	,547**
	Sig. (2-tailed)	,000	,015	,034	,021	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Online Customer Review(X2)	Pearson Correlation	,520**	,523**	,334**	,579**	,638**	,634**	,598**	,608**	,505**	,641**	,601**	,547**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

Correlations

		Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Kepercayaan (Z)
Z1.1	Pearson Correlation	1	,612**	,646**	,639**	,568**	,599**	,832**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Z1.2	Pearson Correlation	,612**	1	,583**	,614**	,560**	,455**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Z1.3	Pearson Correlation	,646**	,583**	1	,665**	,611**	,592**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Z1.4	Pearson Correlation	,639**	,614**	,665**	1	,652**	,617**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Z1.5	Pearson Correlation	,568**	,560**	,611**	,652**	1	,543**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Z1.6	Pearson Correlation	,599**	,455**	,592**	,617**	,543**	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
Kepercayaan (Z)	Pearson Correlation	,832**	,785**	,835**	,858**	,806**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385	385	385

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Keputusan Pembelian(Y)
Y1.1	Pearson Correlation	1	,589**	,475**	,155**	,452**	,190**	,356**	,383**	,640**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.2	Pearson Correlation	,589**	1	,378**	,123*	,491**	,253**	,412**	,506**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,016	,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.3	Pearson Correlation	,475**	,378**	1	,027	,394**	,027	,292**	,272**	,488**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,592	,000	,594	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.4	Pearson Correlation	,155**	,123*	,027	1	,212**	,420**	,231**	,234**	,559**
	Sig. (2-tailed)	,002	,016	,592		,000	,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.5	Pearson Correlation	,452**	,491**	,394**	,212**	1	,288**	,458**	,525**	,707**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.6	Pearson Correlation	,190**	,253**	,027	,420**	,288**	1	,308**	,296**	,624**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,594	,000	,000		,000	,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.7	Pearson Correlation	,356**	,412**	,292**	,231**	,458**	,308**	1	,596**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Y1.8	Pearson Correlation	,383**	,506**	,272**	,234**	,525**	,296**	,596**	1	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385
Keputusan Pembelian(Y)	Pearson Correlation	,640**	,674**	,488**	,559**	,707**	,624**	,701**	,720**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385	385	385	385	385

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

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

2. Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	385	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	385	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	10

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	385	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	385	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	12

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	385	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	385	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,899	6

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	385	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	385	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	8

3. Statistik Deskriptif

Statistics

		Kualitas Pelayanan	Online Customer Review	Kepercayaan	Keputusan Pembelian
N	Valid	385	385	385	385
	Missing	0	0	0	0
Mean		39,46	49,20	21,24	32,23
Std. Error of Mean		0,294	0,293	0,213	0,232
Median		40,00	49,00	21,00	32,00
Mode		40	48	18	32
Std. Deviation		5,760	5,742	4,187	4,546
Variance		33,176	32,971	17,531	20,668
Range		32	28	23	20
Minimum		18	32	7	20
Maximum		50	60	30	40
Sum		15192	18941	8177	12409

Lampiran 5 Hasil Pengujian Model 1

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Online Customer Review(X2), Kualitas Pelayanan(X1) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,583 ^a	,340	,336	3,411

a. Predictors: (Constant), Online Customer Review(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2286,824	2	1143,412	98,260	,000 ^b
	Residual	4445,191	382	11,637		
	Total	6732,016	384			

a. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

b. Predictors: (Constant), Online Customer Review(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2,463	1,566		1,573	,117
	Kualitas Pelayanan(X1)	,373	,036	,513	10,296	,000
	Online Customer Review(X2)	,083	,036	,113	2,279	,023

a. Dependent Variable: Kepercayaan (Z)

Lampiran 6 Hasil Pengujian Model 2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan (Z), Online Customer Review(X2), Kualitas Pelayanan(X1) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian(Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,446	,442	3,397

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (Z), Online Customer Review(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3540,990	3	1180,330	102,312	,000 ^b
	Residual	4395,436	381	11,537		
	Total	7936,426	384			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian(Y)

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan (Z), Online Customer Review(X2), Kualitas Pelayanan(X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	5,672	1,565		3,625	,000
	Kualitas Pelayanan(X1)	,181	,041	,229	4,434	,000
	Online Customer Review(X2)	,301	,036	,380	8,259	,000
	Kepercayaan (Z)	,219	,051	,201	4,293	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian(Y)