

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto, 2015, *Partial Least Square (PLS)*, Penerbit : Andi, Yogyakarta.
- Arun Thamizhanan, M.J Xavier. 2012. *Determinants of customers online purchase Intention : an empirical study in India. Journal of Indian Business Research* 5 (1).
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, cetakan kedua, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Durianto, Darmadi, 2014, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Cetakan kedua puluh Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Dwita Fardani Sholihath (2015) Pengaruh Sikap Konsumen, Kewajaran Harga, dan Kepercayaan Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Online di Surabaya. Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro. Semarang
- Hardiawan, A. C., & Sugiono, S. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus. com)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Herlambang, Susatyo. 2014. Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran. Yogyakarta : Gosityeng Publishing.
- Hasan Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Penerbit : CAPS. Yogyakarta.
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Penerbit : Rajawali Pers, Jakarta
- Indriyo Gitosudarmo, 2014, Manajemen Pemasaran, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Irna Fitri (2016) Analisis Promosi Penjualan Online Harga, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Prontak (Studi pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung) Skripsi Universitas Bandar Lampung
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15 th edition. United States: Pearson Education
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 *Global Edition*. Pearson.

- Limakrisna, Nanda dan Susilo, Haryy Wilhelmus. 2014. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis. Penerbit : Wacana Media, Jakarta
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). *The Effects of Shopping Orientations , Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers ' Online Purchase Intention. International Business Research*, 3(3), 63–76. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Luh Alviolita Kusuma Nusarika, dkk (2015) Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar) E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015:: 2380-2406 ISSN: 2302-8912
- Lutz, R.J., MacKenzie, S.B., & Belch, G.E. (1983). *The Role of Attitude Toward the ad as a Mediator of Advertising Effectiveness: A Test of Competing Explanations. Journal of Marketing Research*, 23 (2), 130-143.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Penerbit : Alfabeta. Bandung.
- Martono dan Sri (2014) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Home > Volume 2 Nomor 2 April 2014. ISSN. 2549-192X
- Moh. Usman Kurniawan (2018) Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Belanja Online Pada Mahasiswa di Kabupaten Jember. Eco Socio : Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi Sosial” Volume 2, No. 2. November 2018 ISSN (2597-7806) ISSN (2597-7814)
- Ni Md Mahadewi Indraswari M & Komang Agus Satria Pramudana (2014) yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Wanita Pada Online Shop Produk Pakaian. Home Archives, Vol.3 No.4 (2014), E-Jurnal Manajemen. ISSN : 2302-8912
- Prasetyo Agus Nurrahmanto, dkk (2015) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com. Diponegoro Journal of management Volume 4, Nomor 2, Tahun 2015, Hal 1-12 <http://ejournal-1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (Online): 2337-3792
- Peter dan Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Rangkuti Fredy, 2015, Riset Pemasaran, cetakan keduabelas, Penerbit : Kompas Gramedia, Jakarta
- Resa Nurlaela Anwar, dkk (2016) Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli di situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur) Jurnal Manajemen Agustus 2016, P: 46-57 Vol.9, No.1. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/manajemen>

- Sugiyono. 2016. Statistik Untuk Penelitian. Cetakan Kedua Puluh Tujuh, Penerbit : Alfabeta., Bandung
- Sunyoto, Danang. 2013. Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Penerbit : Graha Ilmu. Yogyakarta
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. Penerbit : In media, Bogor.
- Turban, E., David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban. (2012). Electronic Commerce. 7th. United State: Pearson,*
- Tjiptono Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit : Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono Fandy & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wijayanti Titik, 2017, Marketing Plan Dalam Bisnis, Penerbit : Gramedia, Jakarta
- Wong, Jony, 2010, Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo, Jakarta*
- Wolfenbarger, M. and Gilly, M. (2011), *Shopping online for freedom, control and fun, California Management Review, Vol. 43 No. 2, pp. 34-55.*
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R. (2003). A Proposed Model of ETrust for Electronic Banking, Technovation, 23: 847-860.*
- Yugi Setyarko, (2016) Analisis Persepsi Harga, Promosi Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol.5 No.2 Oktober 2016 ISSN: 2252-6226
- Yusnidar, dkk (2014) Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Tahun IV No.12, Juli 2014 : 311-32. ISSN: 2087-4502

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENELITIAN**

Responden yang terhormat,

Saya adalah salah satu mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar yang sedang melakukan penelitian, dengan tugas akhir (skripsi) dengan judul "**Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Niat Beli Berbelanja Online Disitus Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar**".

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan di jenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu melengkapi kuesioner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan. Kuesioner ini hanya ditujukan untuk responden seluruh mahasiswa angkatan 2019, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar. Atas bantuan dan kerjasama Saudara/Saudari, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

**Maega Landarundun Parura**

Mahasiswa Universitas Hasanuddin  
Makassar

**KUESIONER PENELITIAN****A. IDENTITAS RESPONDEN**

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan di bawah ini.

Berilah tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling benar.

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin  
 Pria       Wanita
3. Umur  
 21 tahun  
 22 tahun  
 23 tahun
4. Jurusan  
 Ekonomi (Manajemen + Akuntansi)  
 Hukum

## B. Penilaian Anda

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

### 1. HARGA

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya ingin berbelanja sesuai dengan keterjangkauan harga produk					
2	Produk di situs Shopee memiliki kisaran harga yang sama dengan produk di situs online shop lainnya					
3	Produk yang di situs Shopee memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
4	Harga produk di situs Shopee sesuai harga dengan manfaat					

### 2. KEPERCAYAAN

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya situs Shopee dapat dipercaya dan jujur.					
2	Saya percaya situs Shopee dapat menepati janji dan kewajiban					

3	Saya percaya situs Shopee dapat memberikan informasi yang banyak dan berkualitas					
4	Saya percaya infrastruktur situs Shopee bisa diandalkan					
5	Saya percaya situs Shopee dapat menawarkan privasi yang aman					
6	Saya percaya situs Shopee dapat menjaga kepentingan					
7	Dibandingkan dengan situs lain, saya percaya situs Shopee aman dan terpercaya					

### 3. PROMOSI

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Iklan Shopee dimedia sosial menarik sehingga menimbulkan ketertarikan bagi penontonnya					
2	Pemberian harga spesial promo dan potongan harga (diskon) kepada konsumen secara langsung					
3	Produk Shopee melakukan promosi penjualan melalui gratis ongkos kirim					



**4. NIAT BELI**

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya berkeinginan untuk melakukan transaksi pada situs Shopee dalam waktu dekat					
2	Saya berniat untuk menggunakan situs Shopee					
3	Saya berniat untuk melakukan transaksi pada situs Shopee ini dimasa mendatang					

## LAMPIRAN 1 : REKAP JAWABAN RESPONDEN

No Resp	ID. Responden			Harga				X1	Kepercayaan							X2	Promosi			X3	Niat Beli			Y
	J-KL	Umur	Jur	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7		X3.1	X3.2	X3.3		Y.1	Y.2	Y.3	
1	1	1	1	3	5	3	3	3.50	3	3	2	2	2	3	3	2.57	3	3	5	3.67	3	4	4	3.67
2	1	1	1	3	4	3	3	3.25	3	3	3	3	2	2	3	2.71	3	3	5	3.67	3	3	4	3.33
3	1	1	1	3	4	3	3	3.25	3	3	3	3	3	2	2	2.71	2	3	4	3.00	3	4	3	3.33
4	1	1	1	3	3	2	4	3.00	4	4	4	4	4	5	5	4.29	2	2	4	2.67	4	4	5	4.33
5	1	2	1	4	3	2	4	3.25	4	4	4	4	4	5	4	4.14	2	2	3	2.33	4	4	5	4.33
6	1	2	1	4	3	2	4	3.25	4	4	4	4	4	5	4	4.14	2	2	3	2.33	4	4	5	4.33
7	1	2	1	4	3	2	5	3.50	5	4	5	4	4	5	4	4.43	2	2	3	2.33	4	5	5	4.67
8	1	2	1	4	2	2	5	3.25	5	5	5	4	4	5	4	4.57	2	2	3	2.33	4	5	5	4.67
9	1	3	1	5	2	1	5	3.25	5	5	5	4	4	5	4	4.57	3	2	2	2.33	4	5	5	4.67
10	1	3	1	5	2	1	4	3.00	4	5	4	4	4	5	4	4.29	3	2	2	2.33	3	4	3	3.33
11	2	3	1	5	2	1	4	3.00	4	4	4	4	4	5	4	4.14	3	2	2	2.33	3	4	3	3.33
12	2	3	1	4	2	1	4	2.75	4	4	4	4	4	5	5	4.29	3	2	2	2.33	3	4	3	3.33
13	2	2	1	4	2	1	4	2.75	4	4	4	4	4	5	4	4.14	3	3	3	3.00	3	4	3	3.33
14	2	2	1	4	3	2	3	3.00	4	4	4	4	4	5	4	4.14	4	4	3	3.67	3	4	3	3.33
15	2	2	1	4	3	2	3	3.00	3	4	3	4	4	4	5	3.86	4	4	3	3.67	3	4	3	3.33
16	2	2	1	3	3	2	3	2.75	3	2	2	3	3	2	3	2.57	4	5	3	4.00	2	3	3	2.67
17	2	2	1	3	2	3	3	2.75	3	2	3	3	2	2	3	2.57	4	5	4	4.33	2	3	3	2.67
18	2	2	2	3	1	3	2	2.25	3	3	2	2	3	3	2	2.57	5	4	4	4.33	2	3	3	2.67
19	2	2	2	2	1	3	2	2.00	2	3	3	2	2	3	2	2.43	5	4	4	4.33	2	2	3	2.33
20	2	1	2	2	1	4	2	2.25	2	3	2	3	2	2	3	2.43	5	4	5	4.67	2	2	3	2.33
21	2	1	2	2	1	2	2	1.75	2	3	2	3	2	2	3	2.43	4	4	5	4.33	2	3	3	2.67
22	2	1	2	2	1	3	2	2.00	2	3	2	3	2	2	3	2.43	4	4	5	4.33	2	2	3	2.33
23	2	1	2	2	2	3	2	2.25	3	2	2	3	2	2	3	2.43	4	4	4	4.00	2	2	3	2.33
24	2	1	2	3	2	3	1	2.25	3	3	2	2	3	2	2	2.43	4	3	4	3.67	2	2	3	2.33
25	2	2	2	3	2	3	1	2.25	3	3	2	2	2	3	3	2.57	4	4	4	4.00	2	2	3	2.33
26	1	2	2	3	2	3	2	2.50	4	5	4	4	5	5	4	4.43	3	2	4	3.00	3	2	3	2.67
27	1	2	2	2	3	2	2	2.25	4	5	4	4	5	5	4	4.43	3	2	3	2.67	2	2	3	2.33
28	1	2	1	1	3	3	2	2.25	4	5	4	4	5	5	4	4.43	3	2	3	2.67	2	2	2	2.00
29	1	2	1	2	3	3	2	2.50	5	4	4	5	5	4	4	4.43	3	2	3	2.67	2	3	2	2.33
30	1	2	1	2	3	2	3	2.50	4	4	4	4	4	5	5	4.29	2	3	2	2.33	2	3	3	2.67
31	1	2	1	2	3	2	3	2.50	5	4	4	4	4	5	5	4.43	2	3	2	2.33	2	3	2	2.33
32	1	2	1	1	3	2	3	2.25	4	4	4	4	4	5	5	4.29	2	2	2	2.00	3	3	2	2.67
33	2	2	1	2	3	1	4	2.50	4	4	4	4	5	5	4	4.29	2	1	2	1.67	2	2	3	2.33
34	2	2	1	3	3	1	4	2.75	4	4	5	5	4	4	4	4.29	2	1	3	2.00	3	4	3	3.33
35	2	1	1	3	2	1	4	2.50	4	4	5	4	4	5	4	4.29	2	1	3	2.00	3	4	3	3.33
36	2	1	1	2	2	1	5	2.50	5	4	5	5	4	4	4	4.43	2	1	3	2.00	3	5	3	3.67
37	2	1	1	3	2	2	5	3.00	5	4	4	5	5	4	4	4.43	3	2	4	3.00	3	3	4	3.33
38	2	1	1	2	3	2	5	3.00	5	2	4	4	2	5	2	3.43	3	2	4	3.00	3	3	4	3.33
39	2	1	1	2	3	2	4	2.75	4	2	4	4	2	5	2	3.29	3	2	4	3.00	3	3	4	3.33
40	1	1	1	3	3	3	4	3.25	4	2	4	4	3	5	2	3.43	3	2	5	3.33	3	3	4	3.33
41	1	1	2	3	4	3	2	3.00	4	2	3	5	3	4	2	3.29	4	4	5	4.33	3	3	4	3.33
42	1	1	2	2	4	3	3	3.00	4	3	3	5	3	4	3	3.57	4	4	5	4.33	3	3	4	3.33
43	1	2	2	4	5	4	3	4.00	3	3	3	5	3	4	3	3.43	4	4	4	4.00	4	4	5	4.33
44	2	2	2	4	5	4	3	4.00	3	3	3	4	3	4	3	3.29	5	5	4	4.67	4	4	5	4.33
45	2	2	2	5	5	4	2	4.00	3	3	2	4	3	3	3	3.00	5	5	4	4.67	4	4	5	4.33
46	2	2	1	4	4	5	3	4.00	2	4	2	4	4	3	3	3.14	5	5	4	4.67	4	4	5	4.33
47	2	2	1	2	3	2	3	2.50	2	4	2	4	4	3	4	3.29	4	4	3	3.67	3	4	4	3.67
48	2	2	1	3	2	3	2	2.50	2	4	2	3	4	3	4	3.14	4	4	3	3.67	3	4	4	3.67
49	2	2	1	2	3	3	2	2.50	2	5	3	3	4	3	4	3.43	4	4	3	3.67	3	2	3	2.67
50	2	2	1	3	2	2	3	2.50	3	5	3	3	5	3	4	3.71	3	3	3	3.00	3	3	3	3.00

51	2	1	2	3	3	2	2	2.50	3	5	3	2	5	3	4	3.57	3	3	2	2.67	2	3	2	2.33
52	2	1	2	2	3	2	2	2.25	3	4	3	2	4	2	5	3.29	3	2	2	2.33	2	3	2	2.33
53	2	1	2	3	2	3	2	2.50	3	4	4	2	4	2	5	3.43	2	2	2	2.00	2	3	2	2.33
54	2	1	2	2	2	3	1	2.00	4	4	4	2	4	2	5	3.57	2	1	2	1.67	2	4	2	2.67
55	2	1	2	3	2	2	1	2.00	4	4	4	2	4	2	4	3.43	2	1	2	1.67	2	2	3	2.33
56	2	1	2	2	2	2	1	1.75	4	3	5	3	4	3	4	3.71	2	1	3	2.00	2	2	3	2.33
57	2	1	2	3	3	2	2	2.50	5	3	5	3	3	3	4	3.71	1	1	3	1.67	2	3	3	2.67
58	2	2	2	2	3	2	2	2.25	5	3	5	3	3	3	4	3.71	1	2	3	2.00	2	2	3	2.33
59	1	2	2	4	3	3	2	3.00	4	2	4	3	3	3	4	3.29	1	2	3	2.00	3	3	4	3.33
60	1	2	2	3	2	3	2	2.50	4	2	4	4	3	4	3	3.43	1	1	4	2.00	2	2	3	2.33
61	2	1	2	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4	2	4	3	3.57	2	1	4	2.33	2	3	3	2.67
62	1	2	2	3	3	2	3	2.75	4	3	4	4	2	4	3	3.43	2	4	4	3.33	3	3	4	3.33
63	2	2	2	3	2	2	3	2.50	3	3	4	5	2	5	3	3.57	2	5	5	4.00	5	4	4	4.33
64	2	2	2	3	3	2	3	2.75	3	3	5	5	2	5	2	3.57	3	5	5	4.33	5	4	5	4.67
65	1	2	2	4	4	5	5	4.50	3	4	5	5	3	5	2	3.86	3	5	5	4.33	4	4	5	4.33
66	1	2	2	4	4	5	5	4.50	2	4	5	4	3	4	2	3.43	3	4	4	3.67	3	4	4	3.67
67	1	2	2	4	4	4	5	4.25	2	4	4	3	3	4	2	3.14	3	4	4	3.67	3	3	4	3.33
68	1	2	2	5	4	5	4	4.50	2	5	4	3	3	4	2	3.29	3	4	4	3.67	3	3	4	3.33
69	1	2	2	5	4	5	4	4.50	3	5	4	3	4	4	3	3.71	3	3	3	3.00	4	5	5	4.67
70	2	2	2	5	4	4	5	4.50	3	4	3	2	4	3	3	3.14	4	3	3	3.33	4	5	5	4.67
71	2	2	2	4	4	5	4	4.25	3	4	3	2	4	3	3	3.14	4	3	3	3.33	3	3	4	3.33
72	2	1	2	4	4	4	4	4.00	4	4	3	2	5	3	3	3.43	4	3	3	3.33	4	4	5	4.33
73	2	1	1	4	4	5	4	4.25	4	3	2	2	5	2	3	3.00	5	2	2	3.00	4	4	5	4.33
74	2	1	1	4	5	4	5	4.50	5	3	2	3	4	2	4	3.29	5	2	2	3.00	4	5	5	4.67
75	2	1	1	4	4	4	4	4.00	5	3	2	3	4	2	4	3.29	4	2	2	2.67	4	4	5	4.33
76	2	2	1	5	4	5	4	4.50	4	2	3	3	4	2	4	3.14	4	3	2	3.00	4	5	5	4.67
77	2	2	1	5	5	4	4	4.50	4	2	3	4	4	3	5	3.57	4	3	3	3.33	3	4	2	3.00
78	2	2	1	5	4	4	5	4.50	4	2	3	4	3	3	5	3.43	4	3	3	3.33	3	4	2	3.00
79	2	1	1	4	4	3	5	4.00	4	2	3	4	3	3	5	3.43	3	4	3	3.33	3	4	2	3.00
80	2	1	1	4	4	4	4	4.00	3	3	4	5	3	4	4	3.71	3	4	3	3.33	4	5	2	3.67
81	2	1	1	4	5	4	4	4.25	3	3	4	4	2	4	4	3.43	2	4	4	3.33	4	5	3	4.00
82	2	1	1	4	5	4	4	4.25	2	3	4	5	2	4	4	3.43	2	5	4	3.67	4	5	3	4.00
83	1	1	1	4	5	5	5	4.75	2	4	5	4	2	5	4	3.71	3	5	4	4.00	5	4	3	4.00
84	1	1	1	4	4	5	4	4.25	3	4	5	4	2	5	4	3.86	3	4	5	4.00	5	4	3	4.00
85	2	1	1	3	4	5	3	3.75	3	4	4	4	3	5	3	3.71	3	4	5	4.00	5	4	4	4.33
86	2	1	2	3	4	3	2	3.00	3	5	4	4	3	4	3	3.71	3	4	4	3.67	4	4	4	4.00
87	2	1	2	3	3	3	3	3.00	4	5	4	3	3	4	3	3.71	4	4	4	4.00	4	3	4	3.67
88	1	1	2	4	3	2	4	3.25	4	5	4	3	4	4	2	3.71	4	3	4	3.67	4	3	4	3.67
89	2	1	1	4	2	2	5	3.25	5	4	3	3	4	3	2	3.43	5	3	4	4.00	3	3	5	3.67
90	2	1	1	4	2	2	4	3.00	5	4	3	2	3	3	2	3.14	4	3	3	3.33	3	3	5	3.67

## Frequencies

	Statistics		Mean	Sum
	Valid	Missing		
	N			
Jenis Kelamin	90	0	1.6444	148.00
Usia	90	0	1.5889	143.00
Jurusan	90	0	1.4444	130.00
X1.1	90	0	3.2778	295.00
X1.2	90	0	3.0667	276.00
X1.3	90	0	2.8667	258.00
X1.4	90	0	3.2667	294.00
X2.1	90	0	3.5556	320.00
X2.2	90	0	3.5778	322.00
X2.3	90	0	3.5556	320.00
X2.4	90	0	3.5333	318.00
X2.5	90	0	3.4111	307.00
X2.6	90	0	3.6778	331.00
X2.7	90	0	3.4889	314.00
X3.1	90	0	3.1444	283.00
X3.2	90	0	3.0111	271.00
X3.3	90	0	3.4222	308.00
Y.1	90	0	3.0889	278.00
Y.2	90	0	3.4556	311.00
Y.3	90	0	3.5667	321.00

## Frequency Table

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	32	35.6	35.6	35.6
	Wanita	58	64.4	64.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

## Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Tahun	41	45.6	45.6	45.6
	22 Tahun	45	50.0	50.0	95.6
	23 Tahun	4	4.4	4.4	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

		Jurusan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi (Manajemen+Akuntansi)	50	55.6	55.6	55.6
.	Hukum	40	44.4	44.4	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.2	2.2	2.2
.	TS	20	22.2	22.2	24.4
.	N	29	32.2	32.2	56.7
.	S	29	32.2	32.2	88.9
.	SS	10	11.1	11.1	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.6	5.6	5.6
.	TS	24	26.7	26.7	32.2
.	N	30	33.3	33.3	65.6
.	S	22	24.4	24.4	90.0
.	SS	9	10.0	10.0	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

		X1.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	10.0	10.0	10.0
.	TS	30	33.3	33.3	43.3
.	N	26	28.9	28.9	72.2
.	S	14	15.6	15.6	87.8
.	SS	11	12.2	12.2	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	5.6	5.6	5.6
	TS	22	24.4	24.4	30.0
	N	22	24.4	24.4	54.4
	S	26	28.9	28.9	83.3
	SS	15	16.7	16.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	14.4	14.4	14.4
	N	28	31.1	31.1	45.6
	S	35	38.9	38.9	84.4
	SS	14	15.6	15.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	14.4	14.4	14.4
	N	26	28.9	28.9	43.3
	S	37	41.1	41.1	84.4
	SS	14	15.6	15.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	16	17.8	17.8	17.8
	N	22	24.4	24.4	42.2
	S	38	42.2	42.2	84.4
	SS	14	15.6	15.6	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	16.7	16.7	16.7
.	N	24	26.7	26.7	43.3
.	S	39	43.3	43.3	86.7
.	SS	12	13.3	13.3	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	21.1	21.1	21.1
.	N	25	27.8	27.8	48.9
.	S	36	40.0	40.0	88.9
.	SS	10	11.1	11.1	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	17	18.9	18.9	18.9
.	N	23	25.6	25.6	44.4
.	S	22	24.4	24.4	68.9
.	SS	28	31.1	31.1	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	16	17.8	17.8	17.8
.	N	26	28.9	28.9	46.7
.	S	36	40.0	40.0	86.7
.	SS	12	13.3	13.3	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.4	4.4	4.4
.	TS	22	24.4	24.4	28.9
.	N	30	33.3	33.3	62.2
.	S	25	27.8	27.8	90.0
.	SS	9	10.0	10.0	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	11.1	11.1	11.1
.	TS	25	27.8	27.8	38.9
.	N	19	21.1	21.1	60.0
.	S	26	28.9	28.9	88.9
.	SS	10	11.1	11.1	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	17	18.9	18.9	18.9
.	N	31	34.4	34.4	53.3
.	S	29	32.2	32.2	85.6
.	SS	13	14.4	14.4	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	26	28.9	28.9	28.9
.	N	35	38.9	38.9	67.8
.	S	24	26.7	26.7	94.4
.	SS	5	5.6	5.6	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	



		Y.2		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	TS	15	16.7	16.7	16.7
.	N	30	33.3	33.3	50.0
.	S	34	37.8	37.8	87.8
.	SS	11	12.2	12.2	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

		Y.3		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	TS	12	13.3	13.3	13.3
.	N	36	40.0	40.0	53.3
.	S	21	23.3	23.3	76.7
.	SS	21	23.3	23.3	100.0
.	Total	90	100.0	100.0	

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
.	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
.	Total	90	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
.710	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	9.2000	6.499	.578	.604
X1.2	9.4111	6.088	.616	.575
X1.3	9.6111	6.532	.429	.692
X1.4	9.2111	6.730	.393	.714

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.726	7	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.2444	13.760	.379	.708
X2.2	21.2222	13.793	.375	.709
X2.3	21.2444	12.322	.589	.657
X2.4	21.2667	13.726	.384	.707
X2.5	21.3889	13.521	.402	.702
X2.6	21.1222	11.479	.599	.649
X2.7	21.3111	13.992	.334	.718

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	3

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	6.4333	3.619	.426	.678
X3.2	6.5667	2.383	.681	.311
X3.3	6.1556	3.886	.422	.681

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	90	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.792	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	7.0222	2.516	.793	.550
Y.2	6.6556	2.858	.590	.762
Y.3	6.5444	2.745	.540	.824

**Regression****Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi , Harga, Kepercayaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 <sup>a</sup>	.529	.512	.54678

a. Predictors: (Constant), Promosi , Harga, Kepercayaan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.832	3	9.611	32.146	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.711	86	.299		
	Total	54.543	89			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Promosi , Harga, Kepercayaan

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
.1	(Constant)	-.498	.634		-.786	.434
	Harga	.620	.076	.641	8.205	.000
	Kepercayaan	.375	.123	.284	3.053	.003
	Promosi	.189	.090	.204	2.111	.038

a. Dependent Variable: Niat Beli