

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab terakhir ini berisi kesimpulan yang diambil dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai pengaruh kualitas informasi, keautentikan informasi, otoritas sumber informasi dan kemenarikan informasi terhadap keinginan untuk mengirimkan ulang pesan melalui mediasi penerimaan informasi.

#### **5.1. Kesimpulan**

##### **5.1.1 Kesimpulan Analisis Deskriptif**

Berdasarkan data yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak adanya perbedaan antara pria dan wanita mengenai variabel kualitas informasi, keautentikan informasi, otoritas sumber informasi, kemenarikan informasi, kemenarikan informasi, dan keinginan untuk mengirimkan ulang pesan.
2. Sebagian besar responden berasal dari usia 19 tahun (28%), 20 tahun (20%) dan 21 tahun (32%). Tidak adanya perbedaan mengenai variabel kualitas informasi, keautentikan informasi, otoritas sumber informasi, kemenarikan informasi, kemenarikan informasi, dan keinginan untuk mengirimkan ulang pesan pada kelompok usia.
3. Jumlah kepemilikan gadget terbanyak adalah dua buah (46%), sedangkan terbanyak kedua berada pada kepemilikan gadget satu buah (40%). Tidak ada perbedaan mengenai variabel kualitas informasi, keautentikan

informasi, otoritas sumber informasi, kemenarikan informasi, kemenarikan informasi, dan keinginan untuk mengirimkan ulang pesan pada kelompok jumlah kepemilikan gadget.

4. Sebanyak 71,5 % dari responden menggunakan internet selama lebih dari lima jam dalam sehari. Tidak ada perbedaan mengenai variabel kualitas informasi, keautentikan informasi, otoritas sumber informasi, kemenarikan informasi, kemenarikan informasi, dan keinginan untuk mengirimkan ulang pesan terkait pengaruh jumlah penggunaan internet dalam sehari.
5. Media sosial merupakan jenis *web* yang paling sering dikunjungi dengan persentase 90% dari jumlah responden.
6. Gadget yang paling sering digunakan untuk mengakses internet adalah *smartphone* (95,9%).

### **5.1.2 Kesimpulan Analisis Regresi**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang sudah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel kualitas informasi, otoritas sumber informasi, dan kemenarikan informasi tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel penerimaan informasi. Hanya variabel keautentikan informasi yang secara signifikan mempengaruhi variabel penerimaan informasi.
2. Variabel penerimaan informasi signifikan mempengaruhi variabel keinginan orang untuk mengirimkan ulang pesan.

3. Hanya variabel keautentikan informasi yang didukung secara signifikan mempengaruhi keinginan untuk mengirimkan ulang pesan melalui mediasi variabel penerimaan informasi. Hubungan dalam variabel- variabel ini termasuk hubungan mediasi sempurna.
4. Variabel kualitas informasi, otoritas sumber informasi dan kemenarikan informasi tidak didukung secara signifikan oleh analisis regresi dalam mempengaruhi keinginan untuk mengirimkan ulang pesan melalui mediasi penerimaan informasi.

#### **5.2.Saran**

1. Bagi pemasar jika ingin memperbesar efek EWOM maka informasi yang disajikan harus autentik. Informasi tersebut harus kredibel, terpercaya dan dapat diandalkan. Disamping itu, agar para audiens memiliki keinginan untuk mengirimkan ulang pesan, informasi tersebut paling tidak harus dapat diterima oleh audiens dengan baik. Informasi tersebut harus dipercayai oleh audiens dan audiens mau menjalankan apa yang informasi tersebut sajikan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel – variabel lain sehingga penelitian bisa menjelaskan EWOM lebih lengkap. Variabel lainnya tersebut misalnya kepercayaan informasi, efek EWOM, tipe website, *review online*.

3. Usia dari responden perlu lebih diimbangkan dan divariasikan karena pada penelitian ini usia responden hanya terkonsentrasi pada beberapa segmen usia saja.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

1. Nilai adjusted  $R^2$  dalam penelitian ini masih rendah yaitu di bawah 50% sehingga variabel dalam penelitian ini dirasa masih sangat sedikit menjelaskan mengenai E-WOM. Masih memerlukan variabel – variabel lain untuk menjelaskan E-WOM, misalkan: *review online*, tipe website, penilaian konsumen, dan penerimaan EWOM.
2. Masih kurang bervariasinya usia dari responden karena usia responden dalam penelitian ini terkonsentrasi pada usia 19 tahun, 20 tahun, dan 21 tahun.
3. Perlu dilakukan persebaran kuesioner secara lebih luas dan tidak hanya terkonsentrasi pada lingkup provinsi DIY saja.
4. Kuesioner disebar secara online sehingga kontrol selama proses pengisian tidak ada.

## Daftar Pustaka

- Ayyash, M. M. (2015). "Identifying Information Quality Dimensions that Affect Customers Satisfaction of E-Banking Services", *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, Vol.82, No.1, pp. 122-130.
- Baron, R.M. & Kenny, D.A. (1986). "The Moderator- Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations" , *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, No.6, pp. 1173- 1182.
- Banerjee, S & Chua, A. Y. K. (2014). "A Theoretical Framework to Identify Authentic Online Reviews" , *Online Information Review*, Vol.38, No.5, pp. 634-649.
- Berger, J., & Iyengar, R. (2012). "How Interest Shapes Word of Mouth Over Different Channels"
- Boyd, M., Golder, S., & Lotan, G. (2010). "Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter" , *HICSS-43*, pp. 6
- Chen, Y., Liu, F., Fang, C H., & Lin, T.M.Y. (2012). "Understanding the Effectiveness of Word-of-Mouth: an Elasticity Perspective", *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol.7, No.1, pp.55-77.
- Christodoulides, G., Michaelidou, N., & Argyriou,E. (2010). "Cross-national differences in e-WOM Influence", *European Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 11/12, 2012, pp. 1689-1707
- Fan, Y.W., & Miao, Y. F. (2012). " Effect of Electronic Word of Mouth on Consumer Purchase Intention: The Perspective of Gender Differences",

*International Journal of Electronics Business Management*, Vol.10, No.3, pp. 175-181

Fritch, J.W & Cromwell, R.L. (2001). "Evaluating Internet Resources: Identity, Affiliation, and Cognitive Authority in a Networked World", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol.52, pp 499-507

Gelle, E & Karhu, K. (2003). "Information Quality for Strategic Technology Planning", *Industrial Management & Data Systems*, Vol.103, No.8/9, pp. 633-643

Gershoff, A. D., Mukherjee, A., & Mukhopadhyay, A. (2003). "Consumer Acceptance of Online Agent Advice: Extremity and Positivity Effects" , *Journal of Consumer Psychology*, Vol.13, pp.161-170

Gustavsson, M & Wänström, C. (2008). "Assessing Information Quality in Manufacturing Planning and Control Processes", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 26 No. 4, pp. 325-340

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & C, B. W. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition. Prentice Hall

Harris, L. C & Ogbonna, E. (2013). "Forms of employee negative word-of-mouth: a study of front-line workers", *Employee Relations*, Vol.35, No.1, pp. 39-60

Holmes, K., Powell, S., Holmes, Stacy., & Witt, E. (2007). "Readers and Book Characters: Does Race Matter" , pp. 276- 281.

Huang, M., Cai, F., Tsang, A.S.L., & Zhou, N. (2009). "Making your online voice lous: the critical role of WOM information", *European Journal of Marketin.*, Vol.45, No.7/8, pp. 1277-1297

Jeong, H.J., & Koo, D.M. (2014). “Combined Effects of Valence and Attributes of e-WOM on Consumer Judgment for Message and Product”, *Internet Research*, Vol.25, No.1, pp. 2- 29

Chang, L.Y., Lee, Y.J., & Huang, C.L. (2010). “The Influence of E-Word-Of-Mouth on the Consumer’s Purchase Decision: a Case of Body Care Products”, *Journal of Global Business Management*, Vol. 6.2, pp.1 - 7

Keller, E. (2007). “Unleashing the Power of Word of Mouth: Creating Brand Advocacy to Drive Growth”, *The Journal of Advertising Research*. pp. 448-452

Kotler, P.T., & Keller .K.L. (2012). *Marketing Management* (14th edition), Pearson Prentice Hall.

Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta

Llicic, J & Webster, C.M. (2014). “Investigating Consumer- Brand Relational Authenticity”, *Journal of Brand Management*, Vol.21, pp. 342-363

Marsden, P. (2011). “The Ripple Effect [ 3 Keys to Success for Selling in Social Media] “, diakses dari <http://digitalintelligencetoday.com/the-ripple-effect-3-keys-to-success-for-selling-in-social-media-speed-summary/> pada tanggal 06 Desember 2015

Matook, S., Brown, S.A., & Rolf, J. (2013). “Forming an Intention to Act on Recommendations Given Via Online Social Networks”, *European Journal of Information System*, Vol.24, pp. 76-92

Marek, V W & Subrahmanian V S. (1997). "Towards a Theory of Interestingness"

Mitra, W. (2014) "Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesi Saat Ini", diakses dari <http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/> pada tanggal 06 Desember 2015.

Pakenham, K.L & Samios, C. (2012). "Couples Coping With Multiple Sclerosis: a Dyadic Perspective on the Roles of Mindfulness and Acceptance", *Springer Journal Behaviour Medical*, Vol. 36, pp.389-400

Pan, W.P. (2012). "Electronic Word of Mouth Information in China: Factors Affecting the Acceptance of eWOM Information and Forwarding Activities".

Pontevia, A., Froncoise, A., Kimmel, A J. (2008). "Negative Word of Mouth and Redress Strategies: An Exploratory Comparison of French and American Managers", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining* , No.21, pp. 124-136.

Puspito, H. (2013). "Ada 100 Juta Pengguna Internet di Indonesia di Tahun 2014", diakses dari <http://portalpengusaha.com/marketing/ada-100-juta-pengguna-internet-di-indonesia-di-tahun-2014> pada tanggal 06 Desember 2015.

Riedl, D., Rumpold, G., Schmidt, A., Zorowka, P.G., Bliem, H.R., & Moschen, R. (2015). "The Influence of Tinnitus Acceptance on the Quality of Life and Psychological Distress in Patients with Chronic Tinnitus", *Noise Health* 2015; 17: 74-81.



Rieh, S.Y. (2002). "Judgment of Information quality and cognitive authority in the web", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 53 , No. 2, pp. 145-161

Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing*, Greenleaf Book Group Press, Austin.

Silverman, G. (2001). *The Secret of WOM Marketing*, Ebook Edition

Suliyanto., (2006), *Metode Riset Bisnis*, Andi, Yogyakarta.

Song, K., Hwang, S., Kim, Y., & Kwak, Y. (2012). "The Effects of Social Network Properties on the Acceleration of Fashion on the Web", *Multimed Tool Appl*, Vol. 64, pp. 455-474.

Wu, B. T., & Newell, S. J. (2003). "The Impact of Noise on Recall of Advertisemenets" , *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol.11.2, pp.56-65

## Identitas Responden

Isilah titik- titik (.....) sesuai dengan identitas Anda. Berilah tanda silang (x) pada abjad yang tersedia sesuai pilihan Anda.

1. Jenis Kelamin: .....
2. Usia ..... tahun.
3. Jumlah gadget yang digunakan:.....
4. Penggunaan internet dalam sehari:
  - a. < 1 jam
  - b. 1 – 3 jam
  - c. 3 – 5 jam
  - d. > 5 jam
5. Jenis web site yang sering anda kunjungi? (boleh lebih dari satu)
  - a. Berita
  - b. Hiburan
  - c. Games
  - d. Online- Shop
  - e. Sosial Media
  - f. Lain- lain: .....
6. Anda sering mengakses internet melalui (boleh lebih dari satu):
  - a. PC
  - b. Smartphone
  - c. Tab/ Pad
  - d. Lain- lain: .....

## Bagian 1 : Penggunaan dan Pengalaman Situs Online

Beri tanda centang (√) pada kolom yang sesuai dengan jawaban Anda.

1. Apakah Anda pernah mengunjungi situs- situs dalam dunia *online* ( ex: media sosial, website video, google play,dll)? (Jika jawaban Anda “Tidak”, maka kuesioner berakhir)  
 Ya (Lanjut pertanyaan ke 2)  Tidak (Akhir kuesioner)
2. Pernahkah Anda memberikan komentar pada situs online tersebut?  
 Ya (lanjut pertanyaan ke 3)  Tidak (Lanjut pertanyaan ke 4)
3. Selama 6 bulan terakhir, frekuensi memberikan komentar atau *feedback* dalam situs *online* sebanyak:  
 1-3 kali       4-6 kali  
 7-9 kali       10 kali atau lebih
4. Pernahkan anda membaca komentar dalam situs *online*?  
 Ya (lanjut pertanyaan ke 5)  Tidak (Kuesioner selesai)
5. Dalam 6 bulan terakhir, frekuensi membaca komentar atau *review* dalam situs *online* sebanyak:  
 1-3 kali       4-6 kali  
 7-9 kali       10 kali atau lebih
6. Apa situs online yang paling sering Anda kunjungi 6 bulan terakhir?  
.....

## Bagian 2: Karakteristik Informasi

Berdasarkan situs yang paling sering Anda kunjungi, isilah kuesioner di bawah ini. Baca dan pahami setiap pernyataan dengan teliti, kemudian berikan respon atau jawaban Anda dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah tersedia dengan satu pilihan jawaban. Dalam kuesioner ini tidak terdapat jawaban benar ataupun salah.

Keterangan:

- a. Sangat setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Netral (N) = 3
- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

### Kualitas

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Informasi dalam situs lengkap.					
2	Informasi dalam situs berguna					
3	Informasi dalam situs <i>up to date</i> .					

### Autentik

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Orang yang memberikan informasi dalam situs tersebut dapat diandalkan.					
2	Orang yang memberikan informasi dalam situs tersebut dapat dipercaya.					
3	Saya percaya informasi yang diberikan orang lain dalam situs.					
4	Saya percaya bahwa informasi yang diberikan dalam situs tersebut adalah benar.					

### Otoritas

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya pada informasi resmi.					
2	Saya percaya pada informasi yang bersumber dari akademik.					
3	Saya percaya pada informasi dari profesional.					

### Kemenarikan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Informasi dalam situs tersebut menyenangkan					
2	Informasi dalam situs tersebut menarik.					
3	Informasi dalam situs tersebut membosankan.*					

\*nilai dibalik (reverse)

### Penerimaan Informasi eWOM

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya cenderung mengikuti usulan pendapat yang ada dalam situs.					
2	Saya menyetujui komentar dalam situs.					
3	Saya cenderung menerima komentar dalam website.					
4	Pengambilan keputusan saya dipengaruhi oleh komentar dalam situs.					

### Keinginan Mengirimkan Ulang Pesan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan memberitahu kepada teman saya setelah membaca informasi dalam situs.					
2	Saya akan meneruskan informasi kepada orang lain secara <i>online</i> .					
3	Saya akan meneruskan informasi dari media <i>online</i> secara <i>online</i> juga.					

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
1	Wanita	20	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
2	Pria	21	3	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
3	Wanita	20	2	> 5 jam	Berita, Social media	Smartphone
4	Wanita	20	2	> 5 jam	Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
5	Wanita	18		1 - 3 jam	Berita, Social media	Smartphone
6	Pria	20	3	> 5 jam	Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
7	Pria	21	2	> 5 jam	Social media	PC, Smartphone
8	Wanita	21	2	> 5 jam	Social media	Smartphone
9	Pria	20	1	> 5 jam	Social media	Smartphone
10	Wanita	21	3	> 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
11	Wanita	20	3	> 5 jam	Social media	Smartphone, Tab/ Pad
12	Wanita	19	2	> 5 jam	Berita, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
13	Wanita	19	3	< 1jam	streaming	PC, Smartphone, Tab/ Pad
14	Wanita	20	1	> 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone
15	Pria	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
16	Wanita	20	3	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
17	Pria	22	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
18	Pria	19	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Laptop
19	Wanita	19	2	> 5 jam	Social media	PC, Smartphone
20	Wanita	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
21	Wanita	21	1	3 - 5 jam	Entertainment, Games, Social media	Smartphone
22	Wanita	21	1	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone
23	Pria	22		> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone
24	Pria	19	1	3 - 5 jam	youtube	Smartphone
25	Wanita	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
26	Pria	21	2	1 - 3 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
27	Pria	21	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone
28	Wanita	18	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
29	Wanita	19	2	> 5 jam	Games, Social media, google	Smartphone
30	Wanita	19	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
31	Wanita	19	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
32	Pria	19	1	1 - 3 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
33	Wanita	18	2	> 5 jam	Social media	Smartphone
34	Wanita	19	3	> 5 jam	Berita, Social media	Smartphone, Tab/ Pad

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
35	Pria	25	1	> 5 jam	Berita, Games	PC, Smartphone, Tab/ Pad
36	Wanita	18	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
37	Wanita	18	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
38	Pria	20	2	3 - 5 jam	Berita, Social media, Sports	PC, Smartphone
39	Wanita	20	1	1 - 3 jam	Entertainment, Social media	Smartphone
40	Pria	23	2	1 - 3 jam	Berita, Games, Social media	PC, Smartphone
41	Pria	18	1	> 5 jam	youtube	PC
42	Wanita	25	1	3 - 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
43	Pria	20	2	1 - 3 jam	Berita, Social media, pengetahuan dan sejarah	Tab/ Pad, laptop
44	Pria	21	1	> 5 jam	Games	PC, Smartphone, Tab/ Pad
45	Pria	18	2	> 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone
46	Pria	21	1	> 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone
47	Wanita	18	1	3 - 5 jam	Social media	PC, Smartphone
48	Wanita	20	2	> 5 jam	Social media	Smartphone
49	Wanita	25	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone
50	Wanita	24	1	> 5 jam	Social media	Smartphone



No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
51	Wanita	22	2	3 - 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
52	Wanita	25	1	> 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
53	Pria	21	2	3 - 5 jam	Games	Smartphone
54	Pria	20	2	> 5 jam	youtube	PC
55	Pria	21	4	> 5 jam	Games	Smartphone
56	Pria	21	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
57	Pria	21	1	> 5 jam	Social media	PC, Smartphone
58	Pria	21	1	> 5 jam	Berita, Games, Social media	PC, Smartphone
59	Pria	22	1	> 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
60	Pria	21	1	> 5 jam	Berita, Entertainment	Smartphone
61	Pria	21	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
62	Pria	21	1	> 5 jam	Entertainment, Games	PC, Smartphone
63	Wanita	20	2	> 5 jam	Social media	Smartphone, Tab/ Pad
64	Wanita	21	2	3 - 5 jam	Entertainment	Smartphone, Tab/ Pad
65	Wanita	22	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone
66	Pria	20	1	> 5 jam	Berita, Social media	Smartphone
67	Pria	19	2	3 - 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone
68	Wanita	21	4	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
69	Wanita	21	2	> 5 jam	Entertainment, Games	PC, Smartphone
70	Pria	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
71	Wanita	23	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone
72	Pria	21	1	> 5 jam	Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
73	Wanita	21	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
74	Wanita	21	2	> 5 jam	Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
75	Wanita	21	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
76	Wanita	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
77	Wanita	21	1	> 5 jam	Social media	Smartphone
78	Pria	21	4	> 5 jam	Berita, Games, Social media	PC, Smartphone
79	Pria	21	1	> 5 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone
80	Pria	22	2	1 - 3 jam	Berita, Games, Social media, Web design	PC, Smartphone

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
81	Pria	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
82	Pria	21	1	> 5 jam	Berita, Games, Social media	Smartphone, laptop
83	Wanita	21	1	1 - 3 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone
84	Wanita	21	1	3 - 5 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone
85	Wanita	22	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
86	Wanita	22		> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media, Olshop	PC, Smartphone
87	Pria	21		3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
88	Wanita	21	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
89	Wanita	21	2	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
90	Pria	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media, Jurnal	PC, Smartphone
91	Pria	21	2	3 - 5 jam	Berita	PC, Smartphone
92	Pria	21	1	3 - 5 jam	Berita, Games, Social media	PC, Smartphone
93	Wanita	18	3	> 5 jam	Social media	Smartphone

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
94	Wanita	21	1	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
95	Pria	21	3	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone
96	Pria	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
97	Wanita	22		1 - 3 jam	Social media	PC, Smartphone
98	Wanita	23	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone
99	Pria	21	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media, forum	PC, Smartphone
100	Wanita	21	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone
101	Wanita	21	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone
102	Wanita	21	2	1 - 3 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone
103	Pria	22	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
104	Wanita	22	1	3 - 5 jam	Social media	Smartphone
105	Pria	19	1	3 - 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone
106	Pria	20	1	3 - 5 jam	Social media	Smartphone

<b>No</b>	<b>Jeis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Jumlah gadget yang digunakan (buah)</b>	<b>Penggunaan internet dalam sehari</b>	<b>Jenis website yang sering Anda kunjungi *</b>	<b>Anda sering mengakses internet melalui *</b>
107	Wanita	18	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
108	Pria	21	1	> 5 jam	Social media	Smartphone
109	Pria	20	4	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
110	Wanita	20	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone
111	Pria	19	4	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
112	Pria	19	2	> 5 jam	Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
113	Wanita	19	3	3 - 5 jam	Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
114	Wanita	19	2	> 5 jam	Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
115	Pria	20	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
116	Pria	19	2	> 5 jam	Social media	Smartphone
117	Pria	19	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
118	Wanita	20	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Tab/ Pad
119	Wanita	20	3	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
120	Wanita	19	3	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
121	Wanita	19	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
122	Wanita	18	2	> 5 jam	Berita, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
123	Pria	20	4	> 5 jam	Entertainment, Social media, k2nblog	PC, Smartphone, Tab/ Pad
124	Wanita	21	1	> 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
125	Pria	21	4	> 5 jam	Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
126	Pria	19	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
127	Wanita	21	1	> 5 jam	Social media	Smartphone
128	Pria	19	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, lappy
129	Pria	20	2	> 5 jam	Games	Smartphone
130	Wanita	19	3	> 5 jam	youtube	Smartphone
131	Pria	19	1	> 5 jam	Berita, Social media, Sport	PC, Smartphone
132	Pria	18	4	> 5 jam	Berita, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
133	Wanita	19	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games	PC, Smartphone, Tab/ Pad
134	Wanita	19	1	3 - 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
135	Pria	18	2	> 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
136	Pria	21	2	> 5 jam	Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
137	Wanita	19	1	3 - 5 jam	Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
138	Pria	19	3	< 1jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
139	Wanita	19	2	1 - 3 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
140	Pria	20	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
141	Wanita	19	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone
142	Wanita	19	1	> 5 jam	Games, Social media	Tab/ Pad
143	Wanita	18	1	> 5 jam	Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
144	Wanita	19	2	> 5 jam	Social media	Smartphone
145	Pria	19	1	1 - 3 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
146	Wanita	19	2	< 1jam	Social media	Smartphone

No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
147	Pria	20	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Laptop
148	Wanita	19	2	3 - 5 jam	Berita, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
149	Wanita	20	2	1 - 3 jam	Social media	Smartphone, Tab/ Pad
150	Pria	19	2	1 - 3 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
151	Wanita	19	2	> 5 jam	Berita, Social media, edukasi	PC, Smartphone, Tab/ Pad
152	Pria	19	3	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
153	Wanita	19	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
154	Wanita	20	1	> 5 jam	Social media	Smartphone
155	Pria	18	1	> 5 jam	Games, Steam	PC, Smartphone
156	Pria	20	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
157	Pria	20	1	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
158	Pria	19	3	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad



No	Jeis Kelamin	Usia	Jumlah gadget yang digunakan (buah)	Penggunaan internet dalam sehari	Jenis website yang sering Anda kunjungi *	Anda sering mengakses internet melalui *
159	Pria	20	2	> 5 jam	Berita, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
160	Wanita	19	2	> 5 jam	Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
161	Wanita	19	2	> 5 jam	Social media	Smartphone, Tab/ Pad
162	Wanita	19	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
163	Wanita	19	3	> 5 jam	Social media	Smartphone
164	Wanita	21	1	1 - 3 jam	Entertainment, Social media	PC, Smartphone
165	Pria	19	2	> 5 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
166	Wanita	19	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Social media	PC, Smartphone, Tab/ Pad
167	Wanita	19	2	> 5 jam	Berita, Games, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
168	Wanita	19	2	> 5 jam	Social media	Tab/ Pad
169	Pria	20		> 5 jam	Berita, Social media	Smartphone, Tab/ Pad
170	Wanita	20	2	> 5 jam	Berita, Entertainment, Games, Social media	PC, Smartphone
171	Wanita	20	2	1 - 3 jam	Berita, Social media	PC, Smartphone
172	Wanita	20	2	3 - 5 jam	Social media	Smartphone

\*Jawaban boleh lebih dari satu pilihan

No	Apakah Anda pernah mengunjungi situs- situs dalam dunia online ( ex: media sosial, website video, google play,dll)?*	Pernahkah Anda memberikan komentar pada situs online tersebut?	Pernahkan anda membaca komentar dalam situs online? *
1	Ya	Ya	Ya
2	Ya	Ya	Ya
3	Ya	Ya	Ya
4	Ya	Ya	Ya
5	Ya	Tidak	Ya
6	Ya	Tidak	Ya
7	Ya	Ya	Ya
8	Ya	Ya	Ya
9	Ya	Tidak	Ya
10	Ya	Ya	Ya
11	Ya	Ya	Ya
12	Ya	Ya	Ya
13	Ya	Tidak	Ya
14	Ya	Ya	Ya
15	Ya	Ya	Ya
16	Ya	Ya	Ya
17	Ya	Tidak	Ya
18	Ya	Tidak	Ya
19	Ya	Tidak	Ya
20	Ya	Tidak	Ya
21	Ya	Ya	Ya
22	Ya	Tidak	Ya
23	Ya	Ya	Ya
24	Ya	Ya	Ya
25	Ya	Ya	Ya
26	Ya	Ya	Ya
27	Ya	Ya	Ya
28	Ya	Ya	Ya
29	Ya	Tidak	Ya
30	Ya	Ya	Ya
31	Ya	Tidak	Ya
32	Ya	Tidak	Ya
33	Ya	Ya	Ya
34	Ya	Tidak	Ya
35	Ya	Ya	Ya
36	Ya	Ya	Ya

No	Apakah Anda pernah mengunjungi situs- situs dalam dunia online ( ex: media sosial, website video, google play,dll)?*	Pernahkah Anda memberikan komentar pada situs online tersebut?	Pernahkan anda membaca komentar dalam situs online? *
37	Ya	Ya	Ya
38	Ya	Tidak	Ya
39	Ya	Tidak	Ya
40	Ya	Ya	Ya
41	Ya	Ya	Ya
42	Ya	Ya	Ya
43	Ya	Ya	Ya
44	Ya	Ya	Ya
45	Ya	Tidak	Ya
46	Ya	Ya	Ya
47	Ya	Ya	Ya
48	Ya	Ya	Ya
49	Ya	Tidak	Ya
50	Ya	Ya	Ya
51	Ya	Tidak	Ya
52	Ya	Ya	Ya
53	Ya	Ya	Ya
54	Ya	Tidak	Ya
55	Ya	Tidak	Ya
56	Ya	Ya	Ya
57	Ya	Ya	Ya
58	Ya	Ya	Ya
59	Ya	Ya	Ya
60	Ya	Ya	Ya
61	Ya	Tidak	Ya
62	Ya	Ya	Ya
63	Ya	Tidak	Ya
64	Ya	Ya	Ya
65	Ya	Tidak	Ya
66	Ya	Tidak	Ya
67	Ya	Ya	Ya
68	Ya	Ya	Ya
69	Ya	Tidak	Ya
70	Ya	Tidak	Ya
71	Ya	Ya	Ya
72	Ya	Ya	Ya

No	Apakah Anda pernah mengunjungi situs- situs dalam dunia online ( ex: media sosial, website video, google play,dll)?*	Pernahkah Anda memberikan komentar pada situs online tersebut?	Pernahkan anda membaca komentar dalam situs online? *
73	Ya	Ya	Ya
74	Ya	Ya	Ya
75	Ya	Ya	Ya
76	Ya	Ya	Ya
77	Ya	Tidak	Ya
78	Ya	Ya	Ya
79	Ya	Ya	Ya
80	Ya	Ya	Ya
81	Ya	Ya	Ya
82	Ya	Tidak	Ya
83	Ya	Ya	Ya
84	Ya	Ya	Ya
85	Ya	Ya	Ya
86	Ya	Ya	Ya
87	Ya	Ya	Ya
88	Ya	Ya	Ya
89	Ya	Ya	Ya
90	Ya	Ya	Ya
91	Ya	Tidak	Ya
92	Ya	Tidak	Ya
93	Ya	Tidak	Ya
94	Ya	Ya	Ya
95	Ya	Ya	Ya
96	Ya	Ya	Ya
97	Ya	Ya	Ya
98	Ya	Ya	Ya
99	Ya	Ya	Ya
100	Ya	Ya	Ya
101	Ya	Tidak	Ya
102	Ya	Tidak	Ya
103	Ya	Ya	Ya
104	Ya	Ya	Ya
105	Ya	Tidak	Ya
106	Ya	Tidak	Ya
107	Ya	Ya	Ya
108	Ya	Tidak	Ya

No	Apakah Anda pernah mengunjungi situs- situs dalam dunia online ( ex: media sosial, website video, google play,dll)?*	Pernahkah Anda memberikan komentar pada situs online tersebut?	Pernahkan anda membaca komentar dalam situs online? *
109	Ya	Tidak	Ya
110	Ya	Ya	Ya
111	Ya	Ya	Ya
112	Ya	Ya	Ya
113	Ya	Ya	Ya
114	Ya	Tidak	Ya
115	Ya	Ya	Ya
116	Ya	Ya	Ya
117	Ya	Ya	Ya
118	Ya	Tidak	Ya
119	Ya	Ya	Ya
120	Ya	Tidak	Ya
121	Ya	Ya	Ya
122	Ya	Ya	Ya
123	Ya	Ya	Ya
124	Ya	Ya	Ya
125	Ya	Ya	Ya
126	Ya	Ya	Ya
127	Ya	Ya	Ya
128	Ya	Ya	Ya
129	Ya	Ya	Ya
130	Ya	Tidak	Ya
131	Ya	Ya	Ya
132	Ya	Ya	Ya
133	Ya	Tidak	Ya
134	Ya	Tidak	Ya
135	Ya	Ya	Ya
136	Ya	Ya	Ya
137	Ya	Tidak	Ya
138	Ya	Ya	Ya
139	Ya	Tidak	Ya
140	Ya	Ya	Ya
141	Ya	Ya	Ya
142	Ya	Ya	Ya
143	Ya	Tidak	Ya
144	Ya	Tidak	Ya

No	Apakah Anda pernah mengunjungi situs- situs dalam dunia online ( ex: media sosial, website video, google play,dll)?*	Pernahkah Anda memberikan komentar pada situs online tersebut?	Pernahkan anda membaca komentar dalam situs online? *
145	Ya	Ya	Ya
146	Ya	Tidak	Ya
147	Ya	Tidak	Ya
148	Ya	Ya	Ya
149	Ya	Ya	Ya
150	Ya	Tidak	Ya
151	Ya	Tidak	Ya
152	Ya	Ya	Ya
153	Ya	Tidak	Ya
154	Ya	Tidak	Ya
155	Ya	Ya	Ya
156	Ya	Ya	Ya
157	Ya	Tidak	Ya
158	Ya	Ya	Ya
159	Ya	Tidak	Ya
160	Ya	Ya	Ya
161	Ya	Ya	Ya
162	Ya	Ya	Ya
163	Ya	Ya	Ya
164	Ya	Tidak	Ya
165	Ya	Ya	Ya
166	Ya	Tidak	Ya
167	Ya	Ya	Ya
168	Ya	Tidak	Ya
169	Ya	Ya	Ya
170	Ya	Ya	Ya
171	Ya	Ya	Ya
172	Ya	Ya	Ya

\*Responden yang menjawab “tidak” dinyatakan tidak sesuai dengan karakteristik responden yang dicari dalam penelitian.

No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
2	5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	2	2	2	1	4	4	4
3	5	5	5	2	2	2	2	3	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	5	3	2	3	3	3	3	3
6	5	5	5	5	5	4	4	5	2	3	5	5	5	4	3	1	3	1	3	3
7	3	4	3	2	2	1	1	5	5	4	3	3	3	2	2	2	1	1	2	2
8	3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	1	1	1	2	4	4
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	4	5	1	2	1	3	5	4	4	4	4	5	4	2	2	2	5	5	5
11	4	4	2	2	3	4	4	5	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	5
12	4	4	3	4	5	3	4	4	3	3	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5
13	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	2
14	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	1	3	3	3	3	5	5	5
16	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	4	2	2
17	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
18	3	4	5	2	2	2	3	5	3	5	3	4	2	2	2	3	1	3	3	5
19	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	4	2	3
20	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	2	2	3	2

No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
21	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	2
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
24	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3
25	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	5	3	3	2	1	3	3	3
27	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	1	4	4	4
31	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	5	5	4	2	3	2	2	3	2	3
32	4	4	5	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	3	3	3
33	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
34	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4
35	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	3	2
36	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
37	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3
38	4	3	4	4	3	2	2	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	1	1
39	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	1	1	1
40	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	3	3	3	3	2	3	3	3
41	3	3	3	5	5	5	5	4	3	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3
42	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	2	2	2	3	3	2	2



No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
43	4	4	5	3	3	4	3	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	2	2	3	4	3	2	2
47	4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
48	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	2	1	5	4	4	4
49	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	2	2	2	1	2	2	3
50	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
51	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
52	2	3	4	2	2	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	3	1	2
53	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3
54	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
55	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	2
56	4	2	4	2	3	2	2	4	4	4	3	4	3	2	3	4	2	2	2	2
57	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
58	4	4	4	4	4	2	2	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
59	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	3	2	3	4	4
60	2	3	4	3	3	3	4	5	5	5	3	4	3	2	2	2	1	3	2	2
61	3	4	4	2	2	1	1	5	5	5	5	5	4	3	3	3	2	3	3	3
62	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
63	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3
64	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4

No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
65	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4
66	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	2	4	2	2	2
68	2	4	4	2	2	2	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	4
69	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	3	3	1	3	1	1	1
70	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	1	5	5	3	3	3	3	4
73	3	3	4	2	2	2	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3
74	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4
75	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3
77	2	3	3	2	5	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3
78	4	3	5	2	2	2	2	5	5	4	4	3	3	3	2	2	1	2	2	2
79	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	2	2	1	4	4	4
80	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
81	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	2	1	4
83	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
84	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	1	1	1
85	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	3	4	4	3	2
86	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	2



No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
109	5	5	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	2	2	2	3	4	2	2
110	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
112	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	3	5	3	5	4
113	4	4	5	3	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4
114	4	4	5	3	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
116	4	3	4	3	3	2	2	5	5	5	4	4	4	2	3	3	2	2	2	3
117	5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	4	4	2	4	3	4	4	5	5	5
118	5	5	5	2	2	3	3	5	5	1	4	4	5	3	3	3	3	5	5	5
119	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	4	5	5
120	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	2	2	1	2	2	2
121	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
122	4	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4
123	4	3	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	3	2	1	4	4	4
124	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4	2	2
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	5
126	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	3	3	4	2	2	2	2	5	5	5	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4
128	2	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
129	3	4	4	2	2	1	1	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	2
130	3	3	4	3	3	2	3	4	5	5	4	4	3	2	3	3	1	2	2	2

No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
131	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
132	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	4	3
133	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2
134	3	4	3	2	2	2	2	4	5	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3
135	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
136	5	4	5	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4
137	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3
138	3	3	5	3	2	3	3	5	5	5	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3
139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	2	3
140	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
141	4	3	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	2	2	3	1	4	2	2
142	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4
143	5	5	5	5	4	3	5	3	4	4	5	5	5	3	3	2	2	5	5	4
144	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
145	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
146	3	4	4	3	2	1	1	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	4	3	3
147	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3
148	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4
149	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4
150	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3
151	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
152	3	5	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4

No	Kualitas Informasi			Keautentikan Informasi				Otoritas Sumber Informasi			Kemenarikan Informasi			Penerimaan Informasi				Keinginan untuk Mengirim Ulang Pesan		
	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	O1	O2	O3	M1	M2	M3	PI1	PI2	PI3	PI4	KU1	KU2	KU3
153	3	3	4	3	3	4	3	5	5	4	3	4	3	2	3	3	2	3	4	4
154	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	3
155	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4
156	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4
157	3	3	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	2	1	2	1	2	1	1
158	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	2	1	1	3	4	3
159	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
160	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	4	4	2	3	3	3	3
161	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	3	3	2	2	2	3
162	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
163	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
164	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	2	3	3	3	2	3	3	4
165	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
166	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4
167	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
168	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
169	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	4	3	4	5	
170	4	4	5	2	2	3	3	5	5	5	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
171	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4

## Kualitas Informasi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
K1	3,8667	,50742	30
K2	3,9000	,71197	30
K3	4,1333	,93710	30
K	11,9000	1,76850	30

Correlations

		K1	K2	K3	K
K1	Pearson Correlation	1	,535**	,474**	,753**
	Sig. (2-tailed)		,002	,008	,000
	N	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	,535**	1	,486**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,002		,006	,000
	N	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	,474**	,486**	1	,861**
	Sig. (2-tailed)	,008	,006		,000
	N	30	30	30	30
K	Pearson Correlation	,753**	,813**	,861**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

## Keautentikan Informasi

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
A1	3,1667	1,01992	30
A2	3,1000	,88474	30
A3	3,1333	,81931	30
A4	3,3333	,88409	30
A	12,7333	3,13966	30

Correlations						
		A1	A2	A3	A4	A
A1	Pearson Correlation	1	,898**	,633**	,625**	,919**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
A2	Pearson Correlation	,898**	1	,599**	,617**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
A3	Pearson Correlation	,633**	,599**	1	,651**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
A4	Pearson Correlation	,625**	,617**	,651**	1	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
A	Pearson Correlation	,919**	,904**	,819**	,828**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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



## Otoritas Sumber Informasi

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
O1	4,2667	,73968	30
O2	4,1000	,95953	30
O3	4,0667	,86834	30
O	12,4333	2,32947	30

Correlations					
		O1	O2	O3	O
O1	Pearson Correlation	1	,690**	,723**	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
O2	Pearson Correlation	,690**	1	,778**	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30
O3	Pearson Correlation	,723**	,778**	1	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30
O	Pearson Correlation	,871**	,921**	,923**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

## Kemenarikan Informasi

	Mean	Std. Deviation	N
M1	3,9000	,88474	30
M2	3,8667	,81931	30
M3	3,6667	,84418	30
M	11,4333	2,29968	30

		M1	M2	M3	M
M1	Pearson Correlation	1	,885**	,693**	,954**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30
M2	Pearson Correlation	,885**	1	,582**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30
M3	Pearson Correlation	,693**	,582**	1	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30
M	Pearson Correlation	,954**	,910**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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

## Penerimaan Informasi

	Mean	Std. Deviation	N
PI1	3,2667	,90719	30
PI2	3,0333	,80872	30
PI3	2,7333	,90719	30
PI4	3,0667	1,04826	30
PI	12,1000	2,82049	30

		PI1	PI2	PI3	PI4	PI
PI1	Pearson Correlation	1	,504**	,508**	,380*	,771**
	Sig. (2-tailed)		,004	,004	,039	,000
	N	30	30	30	30	30
PI2	Pearson Correlation	,504**	1	,530**	,445*	,785**
	Sig. (2-tailed)	,004		,003	,014	,000
	N	30	30	30	30	30
PI3	Pearson Correlation	,508**	,530**	1	,382*	,779**
	Sig. (2-tailed)	,004	,003		,037	,000
	N	30	30	30	30	30
PI4	Pearson Correlation	,380*	,445*	,382*	1	,744**
	Sig. (2-tailed)	,039	,014	,037		,000
	N	30	30	30	30	30
PI	Pearson Correlation	,771**	,785**	,779**	,744**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

## Keinginan Untuk Mengirimkan Ulang Pesan

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KU1	3,5667	,89763	30
KU2	3,2333	,93526	30
KU3	3,3333	,99424	30
KU	10,1333	2,62262	30

Correlations						
		KU1	KU2	KU3	KU	
KU1	Pearson Correlation	1	,741**	,786**	,904**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	
KU2	Pearson Correlation	,741**	1	,841**	,929**	
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	
	N	30	30	30	30	
KU3	Pearson Correlation	,786**	,841**	1	,948**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	
	N	30	30	30	30	
KU	Pearson Correlation	,904**	,929**	,948**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		
	N	30	30	30	30	

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

## Kualitas Informasi

**Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,712	3

**Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
K1	8,0333	2,033	,578	,638
K2	8,0000	1,586	,577	,568
K3	7,7667	1,151	,547	,671

## Keautentikan Informasi

**Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,890	4

**Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
A1	9,5667	5,013	,833	,831
A2	9,6333	5,620	,824	,835
A3	9,6000	6,317	,697	,882
A4	9,4000	6,041	,698	,881

## Otoritas Sumber Informasi

**Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,886	3

**Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
O1	8,1667	2,971	,748	,873
O2	8,3333	2,230	,794	,833
O3	8,3667	2,447	,819	,800

## Kemenarikan Informasi

**Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,885	3

**Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
M1	7,5333	2,189	,885	,735
M2	7,5667	2,530	,801	,818
M3	7,7667	2,737	,658	,937

## Penerimaan Informasi

**Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,764	4

**Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
PI1	8,8333	4,833	,576	,701
PI2	9,0667	5,030	,626	,681
PI3	9,3667	4,792	,589	,694
PI4	9,0333	4,654	,487	,759

## Keinginan Untuk Mengirimkan Ulang Pesan

**Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,918	3

**Item-Total Statistics**

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
KU1	6,5667	3,426	,796	,912
KU2	6,9000	3,197	,839	,877
KU3	6,8000	2,924	,872	,851

## Kualitas Informasi terhadap Penerimaan Informasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,098 <sup>a</sup>	,010	,004	2,63850

a. Predictors: (Constant), K

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,420	1	11,420	1,640	,202 <sup>b</sup>
	Residual	1183,482	170	6,962		
	Total	1194,901	171			

a. Dependent Variable: PI

b. Predictors: (Constant), K

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,979	1,290		7,736	,000
	K	,140	,110	,098	1,281	,202

a. Dependent Variable: PI



### Keautentikan Informasi terhadap Penerimaan Informasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,377 <sup>a</sup>	,142	,137	2,45610

a. Predictors: (Constant), A

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169,391	1	169,391	28,080	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1025,511	170	6,032		
	Total	1194,901	171			

a. Dependent Variable: PI

b. Predictors: (Constant), A

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,263	,842		8,631	,000
	A	,336	,063	,377	5,299	,000

a. Dependent Variable: PI

### Otoritas Sumber Informasi terhadap Penerimaan Informasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,080 <sup>a</sup>	,006	,001	2,64259

a. Predictors: (Constant), O

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,742	1	7,742	1,109	,294 <sup>b</sup>
	Residual	1187,159	170	6,983		
	Total	1194,901	171			

a. Dependent Variable: PI

b. Predictors: (Constant), O

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,894	1,236		10,433	,000
	O	-,106	,101	-,080	-1,053	,294

a. Dependent Variable: PI

### Kemenarikan Informasi terhadap Penerimaan Informasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,010 <sup>a</sup>	,000	-,006	2,65105

a. Predictors: (Constant), M

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,127	1	,127	,018	,893 <sup>b</sup>
	Residual	1194,774	170	7,028		
	Total	1194,901	171			

a. Dependent Variable: PI

b. Predictors: (Constant), M

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,453	1,191		9,613	,000
	M	,014	,106	,010	,134	,893

a. Dependent Variable: PI

### Penerimaan Informasi terhadap Keinginan Untuk Mengirimkan Ulang Pesan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,404 <sup>a</sup>	,163	,158	2,16117

a. Predictors: (Constant), PI

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154,753	1	154,753	33,133	,000 <sup>b</sup>
	Residual	794,008	170	4,671		
	Total	948,762	171			

a. Dependent Variable: KU

b. Predictors: (Constant), PI

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,479	,744		7,360	,000
	PI	,360	,063	,404	5,756	,000

a. Dependent Variable: KU

**Kualitas Informasi, Keautentikan Informasi, Otoritas Sumber Informasi, dan  
Kemenarikan Informasi terhadap Keinginan Untuk Mengirimkan Ulang Pesan**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,316 <sup>a</sup>	,100	,078	2,26118

a. Predictors: (Constant), M, O, A, K

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94,903	4	23,726	4,640	,001 <sup>b</sup>
	Residual	853,858	167	5,113		
	Total	948,762	171			

a. Dependent Variable: KU

b. Predictors: (Constant), M, O, A, K

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,008	1,504		2,664	,008
	K	,220	,111	,172	1,973	,050
	A	,148	,063	,186	2,354	,020
	O	,084	,090	,071	,930	,354
	M	,016	,104	,013	,150	,881

a. Dependent Variable: KU

### Kualitas Informasi dan Keautentikan Informasi terhadap Penerimaan Informasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,378 <sup>a</sup>	,143	,133	2,46189

a. Predictors: (Constant), A, K

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170,611	2	85,305	14,075	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1024,290	169	6,061		
	Total	1194,901	171			

a. Dependent Variable: PI

b. Predictors: (Constant), A, K

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,697	1,283		5,998	,000
	K	-,049	,109	-,034	-,449	,654
	A	,346	,068	,388	5,125	,000

a. Dependent Variable: PI

**Keautentikan Informasi dan Penerimaan Informasi terhadap Keinginan untuk Mengirimkan Ulang Pesan**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,417 <sup>a</sup>	,174	,164	2,15391

a. Predictors: (Constant), PI, A

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,718	2	82,359	17,752	,000 <sup>b</sup>
	Residual	784,044	169	4,639		
	Total	948,762	171			

a. Dependent Variable: KU

b. Predictors: (Constant), PI, A

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,771	,885		5,391	,000
	A	,088	,060	,111	1,466	,145
	PI	,323	,067	,362	4,799	,000

a. Dependent Variable: KU

Perbedaan Variabel Kualitas Informasi, Keautentikan Informasi, Otoritas Sumber Informasi, Kemenarikan Informasi, Penerimaan Informasi, dan Keinginan untuk Mengirimkan Ulang Pesan dengan Jenis Kelamin

**Group Statistics**

	jknnumerik	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
K	Wanita	94	3,8723	,61825	,06377
	Pria	78	3,8679	,61317	,06943
A	Wanita	94	3,2543	,75558	,07793
	Pria	78	3,2474	,73338	,08304
O	Wanita	94	4,0245	,64135	,06615
	Pria	78	4,0526	,70577	,07991
M	Wanita	94	3,6989	,67082	,06919
	Pria	78	3,6744	,61485	,06962
PI	Wanita	94	2,9436	,67610	,06973
	Pria	78	2,9051	,64039	,07251
KU	Wanita	94	3,2670	,83607	,08623
	Pria	78	3,1590	,72907	,08255

**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
K	Equal variances assumed	,076	,784	,047	170	,963	,00439	,09434	-,18184	,19062
	Equal variances not assumed			,047	164,680	,963	,00439	,09427	-,18174	,19052



A	Equal variances assumed	,532	,467	,060	170	,952	,00682	,11420	-,21861	,23225
	Equal variances not assumed			,060	165, 848	,952	,00682	,11388	-,21802	,23166
O	Equal variances assumed	2,441	,120	-,273	170	,785	-,02810	,10282	-,23106	,17487
	Equal variances not assumed			-,271	157, 464	,787	-,02810	,10374	-,23300	,17680
M	Equal variances assumed	,607	,437	,248	170	,804	,02458	,09895	-,17076	,21991
	Equal variances not assumed			,250	168, 292	,803	,02458	,09815	-,16919	,21835
PI	Equal variances assumed	,099	,753	,381	170	,704	,03849	,10111	-,16111	,23809
	Equal variances not assumed			,383	167, 013	,703	,03849	,10060	-,16013	,23710
KU	Equal variances assumed	1,452	,230	,894	170	,373	,10805	,12091	-,13063	,34672
	Equal variances not assumed			,905	169, 564	,367	,10805	,11938	-,12761	,34370

Perbedaan Variabel Kualitas Informasi, Keautentikan Informasi, Otoritas Sumber Informasi, Kemenarikan Informasi, Penerimaan Informasi, dan Keinginan untuk Mengirimkan Ulang Pesan dengan Usia

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
K	18,00	15	3,9067	,61000	,15750	3,5689	4,2445	3,00	5,00
	19,00	48	3,7729	,62458	,09015	3,5916	3,9543	2,30	5,00
	20,00	34	3,9265	,69992	,12003	3,6823	4,1707	2,00	5,00
	21,00	56	3,9071	,61492	,08217	3,7425	4,0718	2,70	5,00
	22,00	11	3,9727	,42916	,12940	3,6844	4,2610	3,30	5,00
	23,00	3	3,6667	,35119	,20276	2,7943	4,5391	3,30	4,00
	24,00	1	4,0000	.	.	.	.	4,00	4,00
	25,00	4	3,7500	,55678	,27839	2,8640	4,6360	3,00	4,30
	Total	172	3,8703	,61415	,04683	3,7779	3,9628	2,00	5,00
A	18,00	15	3,6067	,62160	,16050	3,2624	3,9509	2,80	5,00
	19,00	48	3,1688	,57729	,08332	3,0011	3,3364	1,80	5,00
	20,00	34	3,2529	,68545	,11755	3,0138	3,4921	1,50	4,50
	21,00	56	3,1500	,92008	,12295	2,9036	3,3964	1,50	5,00
	22,00	11	3,6000	,59330	,17889	3,2014	3,9986	3,00	5,00
	23,00	3	3,7667	,25166	,14530	3,1415	4,3918	3,50	4,00
	24,00	1	3,0000	.	.	.	.	3,00	3,00

	25,00	4	3,0250	,91788	,45894	1,5645	4,4855	2,00	3,80
	Total	172	3,2512	,74343	,05669	3,1393	3,3631	1,50	5,00
O	18,00	15	3,7533	,52897	,13658	3,4604	4,0463	3,00	5,00
	19,00	48	3,9146	,67666	,09767	3,7181	4,1111	2,70	5,00
	20,00	34	4,1853	,73160	,12547	3,9300	4,4406	3,00	5,00
	21,00	56	4,0518	,66987	,08951	3,8724	4,2312	2,30	5,00
	22,00	11	4,1818	,58278	,17572	3,7903	4,5733	3,30	5,00
	23,00	3	4,4333	,51316	,29627	3,1586	5,7081	4,00	5,00
	24,00	1	3,7000	.	.	.	.	3,70	3,70
	25,00	4	4,5000	,43970	,21985	3,8003	5,1997	4,00	5,00
	Total	172	4,0372	,66948	,05105	3,9364	4,1380	2,30	5,00
M	18,00	15	3,7133	,69680	,17991	3,3275	4,0992	2,70	5,00
	19,00	48	3,5792	,62261	,08987	3,3984	3,7600	2,30	4,70
	20,00	34	3,6853	,62578	,10732	3,4670	3,9036	3,00	5,00
	21,00	56	3,7375	,68425	,09144	3,5543	3,9207	2,00	5,00
	22,00	11	3,8273	,43839	,13218	3,5328	4,1218	3,00	4,70
	23,00	3	3,4333	1,25033	,72188	,3273	6,5393	2,00	4,30
	24,00	1	3,7000	.	.	.	.	3,70	3,70
	25,00	4	4,0250	,47170	,23585	3,2744	4,7756	3,70	4,70
	Total	172	3,6878	,64429	,04913	3,5908	3,7848	2,00	5,00
PI	18,00	15	3,0000	,35857	,09258	2,8014	3,1986	2,50	4,00
	19,00	48	2,8604	,66452	,09592	2,6675	3,0534	1,50	4,50
	20,00	34	2,9412	,58987	,10116	2,7354	3,1470	1,50	4,00

	21,00	56	2,9161	,73107	,09769	2,7203	3,1119	1,30	4,00
	22,00	11	3,0818	,79977	,24114	2,5445	3,6191	2,00	5,00
	23,00	3	3,5333	,64291	,37118	1,9363	5,1304	2,80	4,00
	24,00	1	3,0000	.	.	.	.	3,00	3,00
	25,00	4	2,5500	,64550	,32275	1,5229	3,5771	1,80	3,30
	Total	172	2,9262	,65851	,05021	2,8270	3,0253	1,30	5,00
KU	18,00	15	3,5400	,53958	,13932	3,2412	3,8388	3,00	4,70
	19,00	48	3,1667	,65309	,09427	2,9770	3,3563	2,00	5,00
	20,00	34	3,2853	,91159	,15634	2,9672	3,6034	1,00	5,00
	21,00	56	3,1393	,87046	,11632	2,9062	3,3724	1,00	5,00
	22,00	11	3,5727	,65129	,19637	3,1352	4,0103	3,00	5,00
	23,00	3	3,0000	1,00000	,57735	,5159	5,4841	2,00	4,00
	24,00	1	3,0000	.	.	.	.	3,00	3,00
	25,00	4	2,4000	,42426	,21213	1,7249	3,0751	2,00	3,00
	Total	172	3,2180	,78894	,06016	3,0993	3,3368	1,00	5,00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K	Between Groups	,973	7	,139	,359	,925
	Within Groups	63,526	164	,387		
	Total	64,499	171			
A	Between Groups	5,198	7	,743	1,364	,224

	<i>Within Groups</i>	89,311	164	,545		
	<i>Total</i>	94,510	171			
<i>O</i>	<i>Between Groups</i>	4,359	7	,623	1,413	,203
	<i>Within Groups</i>	72,283	164	,441		
	<i>Total</i>	76,642	171			
<i>M</i>	<i>Between Groups</i>	1,578	7	,225	,533	,809
	<i>Within Groups</i>	69,406	164	,423		
	<i>Total</i>	70,984	171			
<i>PI</i>	<i>Between Groups</i>	2,247	7	,321	,732	,645
	<i>Within Groups</i>	71,906	164	,438		
	<i>Total</i>	74,152	171			
<i>KU</i>	<i>Between Groups</i>	6,433	7	,919	1,507	,168
	<i>Within Groups</i>	100,001	164	,610		
	<i>Total</i>	106,434	171			

Perbedaan Variabel Kualitas Informasi, Keautentikan Informasi, Otoritas Sumber Informasi, Kemenarikan Informasi, Penerimaan Informasi, dan Keinginan untuk Mengirimkan Ulang Pesan dengan Jumlah Gadget

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
K	1,00	65	3,7969	,60207	,07468	3,6477	3,9461	2,70	5,00
	2,00	76	3,8605	,63542	,07289	3,7153	4,0057	2,00	5,00
	3,00	17	4,0529	,63059	,15294	3,7287	4,3772	3,00	5,00
	4,00	8	4,0000	,50143	,17728	3,5808	4,4192	3,30	5,00
	Total	166	3,8620	,61620	,04783	3,7676	3,9565	2,00	5,00
A	1,00	65	3,2046	,78629	,09753	3,0098	3,3994	1,50	5,00
	2,00	76	3,2355	,68463	,07853	3,0791	3,3920	1,50	4,80
	3,00	17	3,2588	,64135	,15555	2,9291	3,5886	1,80	4,50
	4,00	8	3,3875	1,03708	,36666	2,5205	4,2545	2,00	5,00
	Total	166	3,2331	,73480	,05703	3,1205	3,3457	1,50	5,00
O	1,00	65	3,9338	,65605	,08137	3,7713	4,0964	2,30	5,00
	2,00	76	4,0750	,67708	,07767	3,9203	4,2297	2,70	5,00
	3,00	17	4,1706	,61722	,14970	3,8532	4,4879	3,00	5,00
	4,00	8	4,1750	,78513	,27759	3,5186	4,8314	3,00	5,00

<i>Tota I</i>		166	4,0343	,66785	,05184	3,9320	4,1367	2,30	5,00
<i>M</i>	1,00	65	3,6800	,62003	,07691	3,5264	3,8336	2,70	5,00
	2,00	76	3,6250	,65709	,07537	3,4748	3,7752	2,00	5,00
	3,00	17	3,9176	,73249	,17766	3,5410	4,2943	3,00	5,00
	4,00	8	3,7125	,69578	,24599	3,1308	4,2942	3,00	4,70
<i>Tota I</i>		166	3,6807	,65208	,05061	3,5808	3,7807	2,00	5,00
<i>PI</i>	1,00	65	2,9477	,64954	,08057	2,7867	3,1086	1,50	4,00
	2,00	76	2,9276	,63300	,07261	2,7830	3,0723	1,30	4,50
	3,00	17	2,7118	,63824	,15480	2,3836	3,0399	1,50	3,80
	4,00	8	2,9000	,75404	,26659	2,2696	3,5304	2,00	4,00
<i>Tota I</i>		166	2,9120	,64355	,04995	2,8134	3,0107	1,30	4,50
<i>KU</i>	1,00	65	3,1631	,85341	,10585	2,9516	3,3745	1,00	5,00
	2,00	76	3,2316	,70658	,08105	3,0701	3,3930	1,00	5,00
	3,00	17	3,2588	,90696	,21997	2,7925	3,7251	2,00	5,00
	4,00	8	3,3250	,70862	,25054	2,7326	3,9174	2,00	4,00
<i>Tota I</i>		166	3,2120	,78260	,06074	3,0921	3,3320	1,00	5,00

## ANOVA

		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>K</i>	<i>Between Groups</i>	1,048	3	,349	,918	,433
	<i>Within Groups</i>	61,603	162	,380		
	<i>Total</i>	62,651	165			
<i>A</i>	<i>Between Groups</i>	,255	3	,085	,155	,926
	<i>Within Groups</i>	88,833	162	,548		
	<i>Total</i>	89,088	165			
<i>O</i>	<i>Between Groups</i>	1,256	3	,419	,938	,424
	<i>Within Groups</i>	72,338	162	,447		
	<i>Total</i>	73,594	165			
<i>M</i>	<i>Between Groups</i>	1,198	3	,399	,938	,424
	<i>Within Groups</i>	68,960	162	,426		
	<i>Total</i>	70,158	165			
<i>PI</i>	<i>Between Groups</i>	,784	3	,261	,627	,599
	<i>Within Groups</i>	67,552	162	,417		
	<i>Total</i>	68,336	165			
<i>KU</i>	<i>Between Groups</i>	,324	3	,108	,174	,914
	<i>Within Groups</i>	100,732	162	,622		
	<i>Total</i>	101,056	165			



Perbedaan Variabel Kualitas Informasi, Keautentikan Informasi, Otoritas Sumber Informasi, Kemenarikan Informasi, Penerimaan Informasi, dan Keinginan untuk Mengirimkan Ulang Pesan dengan Jumlah Penggunaan Internet

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
K	< 1jam	3	3,9000	,34641	,20000	3,0395	4,7605	3,70	4,30
	1- 3 jam	16	3,9375	,58066	,14517	3,6281	4,2469	3,00	5,00
	3 - 5 jam	30	3,8867	,44778	,08175	3,7195	4,0539	3,00	5,00
	> 5 jam	123	3,8569	,66086	,05959	3,7390	3,9749	2,00	5,00
	Total	172	3,8703	,61415	,04683	3,7779	3,9628	2,00	5,00
A	< 1jam	3	2,8667	1,10151	,63596	,1304	5,6030	1,80	4,00
	1- 3 jam	16	3,4813	,71201	,17800	3,1018	3,8607	2,50	5,00
	3 - 5 jam	30	3,0600	,63875	,11662	2,8215	3,2985	2,00	4,00
	> 5 jam	123	3,2772	,75843	,06839	3,1419	3,4126	1,50	5,00
	Total	172	3,2512	,74343	,05669	3,1393	3,3631	1,50	5,00
O	< 1jam	3	4,2333	,68069	,39299	2,5424	5,9243	3,70	5,00
	1- 3 jam	16	3,7563	,64598	,16150	3,4120	4,1005	2,70	5,00
	3 - 5 jam	30	4,0633	,62834	,11472	3,8287	4,2980	3,00	5,00
	> 5 jam	123	4,0626	,68069	,06138	3,9411	4,1841	2,30	5,00
	Total	172	4,0372	,66948	,05105	3,9364	4,1380	2,30	5,00
M	< 1jam	3	3,3000	,00000	,00000	3,3000	3,3000	3,30	3,30
	1- 3 jam	16	3,7063	,41868	,10467	3,4832	3,9293	3,00	4,30

	3 - 5 jam	30	3,7367	,57023	,10411	3,5237	3,9496	3,00	4,70
	> 5 jam	123	3,6829	,69184	,06238	3,5594	3,8064	2,00	5,00
	Total	172	3,6878	,64429	,04913	3,5908	3,7848	2,00	5,00
PI	< 1jam	3	2,2667	,25166	,14530	1,6415	2,8918	2,00	2,50
	1- 3 jam	16	3,0812	,74316	,18579	2,6852	3,4773	2,00	5,00
	3 - 5 jam	30	2,9600	,56909	,10390	2,7475	3,1725	1,80	3,80
	> 5 jam	123	2,9138	,66902	,06032	2,7944	3,0332	1,30	4,50
	Total	172	2,9262	,65851	,05021	2,8270	3,0253	1,30	5,00
KU	< 1jam	3	2,7667	,68069	,39299	1,0757	4,4576	2,00	3,30
	1- 3 jam	16	3,2313	,84909	,21227	2,7788	3,6837	1,00	5,00
	3 - 5 jam	30	3,0567	,91149	,16641	2,7163	3,3970	1,00	5,00
	> 5 jam	123	3,2667	,75157	,06777	3,1325	3,4008	1,00	5,00
	Total	172	3,2180	,78894	,06016	3,0993	3,3368	1,00	5,00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K	Between Groups	,105	3	,035	,091	,965
	Within Groups	64,394	168	,383		
	Total	64,499	171			
A	Between Groups	2,470	3	,823	1,503	,216
	Within Groups	92,039	168	,548		
	Total	94,510	171			

O	<i>Between Groups</i>	1,478	3	,493	1,101	,350
	<i>Within Groups</i>	75,164	168	,447		
	<i>Total</i>	76,642	171			
M	<i>Between Groups</i>	,531	3	,177	,422	,737
	<i>Within Groups</i>	70,453	168	,419		
	<i>Total</i>	70,984	171			
PI	<i>Between Groups</i>	1,743	3	,581	1,348	,261
	<i>Within Groups</i>	72,410	168	,431		
	<i>Total</i>	74,152	171			
KU	<i>Between Groups</i>	1,686	3	,562	,901	,442
	<i>Within Groups</i>	104,748	168	,624		
	<i>Total</i>	106,434	171			

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
<b>1</b>	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
<b>2</b>	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
<b>3</b>	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
<b>4</b>	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
<b>5</b>	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
<b>6</b>	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
<b>7</b>	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
<b>8</b>	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
<b>9</b>	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
<b>10</b>	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
<b>11</b>	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
<b>12</b>	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
<b>13</b>	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
<b>14</b>	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
<b>15</b>	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
<b>16</b>	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
<b>17</b>	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
<b>18</b>	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
<b>19</b>	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
<b>20</b>	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
<b>21</b>	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
<b>22</b>	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
<b>23</b>	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
<b>24</b>	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
<b>25</b>	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
<b>26</b>	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880

<b>27</b>	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
<b>28</b>	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
<b>29</b>	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
<b>30</b>	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
<b>31</b>	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
<b>32</b>	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
<b>33</b>	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
<b>34</b>	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
<b>35</b>	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
<b>36</b>	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
<b>37</b>	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
<b>38</b>	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
<b>39</b>	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
<b>40</b>	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
<b>41</b>	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
<b>42</b>	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
<b>43</b>	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
<b>44</b>	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
<b>45</b>	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
<b>46</b>	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432