

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditampilkan dan dibahas dalam bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Karakteristik *BB-Shop* pada Kepuasan Pelanggan

Karakteristik *BB-Shop* mengarah pada segala fasilitas yang diberikan suatu *BB-Shop* terhadap para pelanggannya. Dalam penelitian ini, terdapat empat karakteristik yang digunakan sebagai *independent variable* yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keempat karakteristik tersebut adalah kemudahan berbelanja, ketersediaan informasi, keamanan, dan komunikasi. Desain *shop* tidak dimasukkan sebagai salah satu karakteristik karena setiap *BB-Shop* memiliki desain standar sesuai dengan fasilitas dari *Blackberry*.

Berdasarkan hasil analisis, ternyata keempat karakteristik *BB-Shop* ini berpengaruh secara positif terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kemudahan berbelanja yang ditawarkan suatu *BB-Shop* kepada pelanggannya, baik dari prosedur pemesanan, pembayaran, hingga produk yang dipesan sampai ke tangan pelanggan, mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin konsumen merasakan kemudahan dalam berbelanja dalam suatu *BB-Shop*, maka semakin besar pula kepuasan yang dirasakan. Bagi para pelanggan yang tetap ingin berbelanja tanpa harus repot, kemudahan ini tentu saja sangat diharapkan.

Selain kemudahan berbelanja, ketersediaan informasi merupakan salah satu karakteristik lain yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. *BB-Shop* yang menyediakan berbagai informasi lengkap, baik mengenai karakteristik produk hingga prosedur yang harus dilalui pelanggan. Konsumen memerlukan banyak informasi terkait produk yang hendak dibeli sebagai bahan pertimbangan. Apabila tanpa bertanya, pelanggan telah memperoleh informasi lengkap, tentu saja pelanggan akan merasa lebih nyaman. Terkadang, pelanggan membatalkan niatnya untuk membeli produk karena enggan bertanya. Karena itu, ketersediaan informasi dalam *BB-Shop* berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

Di samping kedua karakteristik tersebut, keamanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam dunia online, sangat mustahil terjadi transaksi jika pada pembelian pertama kali, pelanggan tidak menaruh kepercayaan pada penjual. Namun pada saat transaksi telah terjadi, dan ternyata barang sampai ke tangan pelanggan dengan lancar, begitu pula dengan proses pembayaran yang dilakukan, maka pelanggan yang merasakan “keamanan” akan merasa puas atas transaksi yang baru saja dilakukan. Semakin merasa aman seorang pelanggan bertransaksi dalam suatu *BB-Shop*, maka pelanggan akan merasa semakin puas berbelanja melalui *BB-Shop* tersebut.

Karakteristik terakhir yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah komunikasi. Suatu *BB-Shop* yang menyediakan kontak yang dapat dihubungi, menerima berbagai komplain dan kritik dari pelanggan, serta menyediakan suatu fasilitas untuk bertukar pendapat secara bebas, akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Bahkan bila suatu saat *BB-Shop* melakukan kesalahan seperti

keterlambatan pengiriman barang atau pun kesalahan dalam pembayaran, dengan komunikasi yang baik melalui fasilitas yang ada, kritik dan keluhan dari pelanggan yang didengar dan direspon oleh *BB-Shop* akan meredakan kekecewaan dari pelanggan. Pelanggan akan beranggapan bahwa *BB-Shop* tersebut bertanggung jawab dan tidak akan jera untuk kembali bertransaksi. Namun ketika *BB-Shop* tidak menyediakan alamat kontak dan bahkan menghapus kritik dari pelanggan yang dituangkan dalam grup, akan menimbulkan kekecewaan hingga kemarahan dari pelanggan yang merasa tidak dihargai. Karena hal tersebut, maka komunikasi menjadi salah satu karakteristik penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa keempat karakteristik yang dimiliki suatu *BB-Shop* yaitu kemudahan berbelanja, ketersediaan informasi, keamanan, dan komunikasi, memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin baik karakteristik yang dimiliki suatu *BB-Shop*, maka semakin besar pula kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap *BB-Shop* tersebut, dan begitu pula dengan sebaliknya, bila karakteristik ini tidak dipenuhi atau kurang dibanding *BB-Shop* lainnya, maka kepuasan pelanggan terhadap *BB-Shop* tersebut menurun.

## 2. Hubungan Kausal Tiga Komponen Kunci Kualitas Hubungan

Menurut Ulaga dan Eggert (2006) dalam Chung&Shin (2009:140), kualitas hubungan diindikasikan oleh kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan komitmen dari pembeli. Dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan terhadap

suatu *BB-Shop* akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap *BB-Shop* tersebut. Selanjutnya, baik kepuasan pelanggan maupun kepercayaan pelanggan, keduanya merupakan komponen yang akan mempengaruhi komitmen dari pelanggan terhadap *BB-Shop* tertentu.

Pada saat pertama kali melakukan transaksi, pelanggan mengawalinya dengan menaruh kepercayaan terlebih dahulu kepada suatu *BB-Shop*. Pelanggan tidak akan mungkin melakukan transaksi online tanpa menaruh suatu kepercayaan, karena sesungguhnya pelanggan tidak dapat melihat secara langsung produk yang akan dibeli, dan pelanggan perlu membayar terlebih dahulu sebelum akhirnya produk sampai ke tangan beberapa hari setelah pembayaran. Setelah pelanggan melakukan transaksi melalui suatu *BB-Shop* dan ternyata pelanggan merasa puas terhadap produk maupun pelayanan (misalnya produk sesuai dengan harapan konsumen, pengiriman tepat waktu), maka kepercayaan yang diberikan pada *BB-Shop* tersebut semakin besar. Pelanggan akan melakukan transaksi berikutnya tanpa keraguan karena pelanggan puas dengan pengalaman transaksi sebelumnya.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan dan kepercayaan yang diberikan pelanggan pada suatu *BB-Shop* berpengaruh secara positif terhadap komitmen dari pelanggan. Semakin pelanggan merasa puas dan semakin pelanggan percaya pada suatu *BB-Shop*, maka keinginan untuk menjalin hubungan berkelanjutan dalam jangka lebih panjang pun muncul. Karena puas akan transaksi sebelumnya dan pelanggan telah menaruh kepercayaan lebih, maka pelanggan akan kembali melakukan transaksi. Ketika komitmen yang diberikan semakin besar, maka

pelanggan akan merasa ada sesuatu yang “kurang” bila tidak melakukan transaksi melalui *BB-Shop*.

### 3. Pengaruh Tiga Komponen Kunci Kualitas Hubungan pada *WOM*

Tiga komponen kunci kualitas hubungan meliputi kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan komitmen pelanggan. Ketiga hal ini menunjukkan sejauh mana hubungan yang telah dibangun antara penjual dan pembeli. Pada saat pelanggan semakin puas, maka pelanggan akan menaruh kepercayaan lebih. Setelah pelanggan merasa puas dan lebih percaya, pelanggan mulai memiliki komitmen terhadap hubungan yang selama ini telah terbangun. Hal ini juga terjadi dalam dunia *BB-Shop*.

Salah satu faktor yang mendorong semakin cepatnya *BB-Shop* menyebar dan menjadi fenomena adalah munculnya *word of mouth* yang dilakukan oleh para pelanggan, baik mengenai kepuasannya maupun kekecewaan yang telah dialami. Dalam penelitian ini, pembahasan mengarah pada *word of mouth* positif dari pelanggan mengenai suatu *BB-Shop*. Banyak hal yang mendorong pelanggan melakukan *word of mouth* positif, salah satunya karena pelanggan merasa puas.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tiga komponen kunci kualitas hubungan memberikan pengaruh positif terhadap *word of mouth*. Pada saat pelanggan merasa semakin puas terhadap transaksi-transaksi yang dilakukan dalam suatu *BB-Shop*, maka pelanggan akan semakin banyak menceritakan pengalaman tersebut pada berbagai rekannya. Saat pelanggan semakin percaya pada *BB-Shop*, pelanggan juga akan semakin sering merekomendasikan *BB-*

*Shop* pada orang di sekitarnya. Akhirnya, saat pelanggan memutuskan untuk berkomitmen atau menjalin hubungan jangka panjang dengan *BB-Shop*, pelanggan juga akan semakin meningkatkan *word of mouth* positif yang dilakukan. Karena pembahasan diarahkan pada wanita, maka dapat dilihat bahwa wanita cenderung menceritakan berbagai pengalaman kepada teman-teman. Terlebih dalam komunitas, wanita akan saling berbagi informasi. Bahkan tak jarang para pelanggan yang puas, percaya, dan menaruh komitmen pada *BB-Shop*, mengundang teman-teman lain masuk ke dalam grup *BB-Shop* tersebut.

#### 4. Pengaruh *WOM* pada Niat Beli Ulang Pelanggan

Hal lain yang diperoleh dalam penelitian ini adalah pengaruh *word of mouth* positif yang dilakukan pelanggan mengenai suatu *BB-Shop* pada niat beli ulang pelanggan untuk berbelanja di *BB-Shop*. *WOM* dapat memberikan pengaruh dua arah, yaitu bagi pengirim pesan maupun bagi penerima pesan. Penerima pesan akan memperoleh informasi yang lebih melalui *WOM* terkait dengan pilihan yang dimiliki. Di sisi lain, *WOM* dapat menjadi pemicu bagi pemberi pesan untuk melakukan pembelian sesuai dengan komunitas.

Setelah pelanggan *BB-Shop* memiliki pengalaman berbelanja di suatu toko, maka pelanggan akan menceritakan pengalaman tersebut pada teman-teman. Pada saat pelanggan merasa puas bertransaksi, maka pelanggan akan mempengaruhi teman-teman untuk melakukan hal yang sama. Setelah para teman terpengaruh dan melakukan pembelian yang sama, hal ini akan terus menjalar hingga dilakukan oleh hampir semua anggota komunitas. Selanjutnya pelanggan yang melakukan *WOM*

pun akan melakukan aktivitas konsumsi yang sama sesuai dengan apa yang terjadi pada komunitas. Dengan kata lain, *WOM* positif yang dilakukan pelanggan *BB-Shop* mempengaruhi niat untuk melakukan pembelian ulang bagi pelanggan itu sendiri.

Meskipun seorang pelanggan telah menaruh kepercayaan dan komitmen pada suatu *BB-Shop*, namun terkadang pelanggan tetap menginginkan adanya dukungan terhadap apa yang telah dipikirkan dan dilakukan. Salah satu cara untuk memastikan bahwa keputusan pelanggan merupakan pilihan yang benar adalah dengan melakukan komunikasi *WOM*. Jadi berdasarkan hasil dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi *WOM* positif akan memperkuat niat beli ulang dari pelanggan.

## **5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL**

### **1. Bagi Pemilik *BB-Shop* (*supplier* dan *reseller*)**

Melalui penelitian ini, dapat diperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan, khususnya terkait karakteristik *BB-Shop* yang harus dibangun. Pihak yang memiliki usaha *BB-Shop* dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Diperoleh bahwa ternyata ketersediaan informasi merupakan faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan informasi ini, para pemilik *shop* dapat lebih memperhatikan informasi yang disediakannya dalam *shop* mereka sebagai hal penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berbagai karakteristik yang perlu diperhatikan ini dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan, hingga nantinya dapat mendorong pelanggan

untuk menaruh kepercayaan lebih besar pada *BB-Shop*. Bahkan pemilik *BB-Shop* dapat menjalin hubungan jangka panjang yang sangat menguntungkan. Pelanggan akan membeli produk dalam jumlah yang lebih banyak dan semakin sering melakukan transaksi. Menjadi suatu keuntungan bagi pemilik usaha bila memiliki pelanggan yang loyal. Bahkan bila suatu *BB-Shop* dapat mengatur dengan sangat baik karakteristik-karakteristiknya, selain pelanggan akan semakin puas, menaruh kepercayaan yang lebih, dan memberikan komitmennya, para pelanggan juga akan melakukan *WOM* positif pada berbagai rekannya. Hal ini tentu saja dapat digunakan sebagai cara promosi yang hebat dan efektif.

Melihat pentingnya *WOM* yang positif, maka penelitian ini dapat memberi informasi mengenai hal-hal yang dapat digunakan *supplier* atau pun *reseller* agar dapat meningkatkan *WOM* yang positif. Dengan *WOM* yang positif ini, akan semakin banyak anggota yang menjadi pelanggan, bahkan grup yang dibuka dapat semakin banyak dan berkembang, serta akan meningkatkan pembelian ulang (*repeat purchase*) dari pelanggan sebelumnya. Apabila kualitas hubungan dapat dibangun dengan sangat baik, maka pelanggan ini akan menceritakan berbagai pengalamannya dan meng-*invite* banyak rekannya untuk bergabung dalam grup. Akhirnya rekan yang di-*invite* ini menjadi pelanggan baru *BB-Shop*. Dari hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, ternyata dengan berawal dari empat karakteristik *BB-Shop*, pemilik usaha dapat memperoleh pelanggan loyal serta banyak pelanggan baru lainnya dalam waktu yang cepat.

Di samping pentingnya peningkatan berbagai karakteristik *BB-Shop*, karena kebanyakan responden hanya menjadi anggota dari 2 hingga 3 grup *BB-Shop*, maka

*supplier* dan *reseller* harus berlomba-lomba dengan banyak pesaing untuk menarik pelanggan. Produk-produk yang diminati pelanggan pada umumnya produk *fashion* dengan harga terjangkau, setidaknya di bawah Rp 150.000,00. Di samping pelanggan belum tahu secara pasti kondisi produk sesungguhnya, pelanggan juga harus menanggung biaya kirim. Dengan demikian banyak pelanggan yang tidak mau ambil resiko dengan membeli produk mahal.

Oleh karena itu, penjual harus pandai memilih produk yang dapat menarik pelanggan dengan kualitas sesuai dengan informasi. Sebagai penjual yang baik, informasi yang telah diberikan seharusnya sesuai dengan kondisi sesungguhnya dari produk. Jangan karena ingin produk laku, penjual memberikan informasi yang tidak sesuai. Hal ini akan menimbulkan kekecewaan pada pelanggan yang kemudian segera keluar dari *BB-Shop*. Bahkan lebih parahnya, pelanggan yang kecewa ini akan menceritakan pengalaman ini pada banyak temannya.

Meskipun pada awalnya bisnis yang dilakukan melalui fasilitas *Blackberry* ini hanyalah suatu usaha untuk memperoleh pendapatan sampingan, namun bisnis ini dapat semakin berkembang besar, dan keuntungan dapat semakin banyak diperoleh. Di samping itu, pihak-pihak lain dalam bisnis yang tertarik untuk menyasar wanita sebagai konsumennya, juga dapat memperoleh informasi untuk melakukan dan mengembangkan promosi efektif melalui kekuatan *WOM*, serta dampaknya dalam mempengaruhi pembelian ulang dari pelanggan tersebut. Dengan demikian, para pebisnis pun dapat menemukan pembeli potensialnya yang akan melakukan pembelian ulang dan membawa pelanggan baru.

## 2. Bagi Pihak yang Berencana Membuka Suatu *BB-Shop*

Informasi yang diperoleh dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya peluang yang sangat besar bagi berbagai pihak yang tertarik membuka bisnis melalui fasilitas *Blackberry* ini. Meskipun pada awalnya bisnis yang dijalankan para wanita melalui fasilitas *Blackberry* ini hanyalah suatu usaha untuk memperoleh pendapatan sampingan, namun bisnis ini dapat semakin berkembang besar, dan keuntungan dapat semakin banyak diperoleh. Pihak yang tertarik untuk bergerak di bidang yang menysar wanita sebagai konsumennya ini, juga dapat memperoleh informasi untuk melakukan dan mengembangkan promosi efektif melalui kekuatan *WOM*, serta dampaknya dalam mempengaruhi pembelian ulang dari pelanggan tersebut. Dengan demikian, para pebisnis pun dapat menemukan pembeli potensialnya yang akan melakukan pembelian ulang dan membawa pelanggan baru.

Membuka suatu *BB-Shop*, untuk berbagai macam produk, merupakan suatu cara yang cukup mudah, praktis, dan berprospek. Bahkan bagi para wanita yang sibuk sekalipun, peluang ini cukup menguntungkan, dan tentunya tanpa menyita banyak waktu. Asalkan pihak yang berniat menjalankan bisnis benar-benar mempertimbangkan karakteristik yang dapat membangun *image BB-Shop* nya di mata pelanggan, maka ia dapat membangun kualitas hubungan yang baik. Bahkan tampak bahwa kualitas hubungan ini akan mempengaruhi *WOM* positif yang muncul, yang kemudian berujung pada munculnya pelanggan loyal dan pelanggan baru.

Selain perlu memperhatikan berbagai karakteristik *BB-Shop* yang dapat menarik pelanggan, pemilihan produk pun perlu diperhatikan. Produk-produk yang sangat digemari oleh kebanyakan wanita adalah produk *fashion*, namun tidak

semuanya. Produk-produk fashion yang sangat tergantung pada rasa nyaman dan perlu dikenakan secara langsung untuk mengetahui kecocokan dengan pengguna, seperti salah satunya produk sepatu, akan lebih sulit dijual karena untuk membeli dan merasa cocok dengan sebuah sepatu, pelanggan perlu mengenyakannya secara langsung. Produk-produk seperti ini tidak terlalu banyak peminatnya.

Sedangkan untuk pakaian, produk fashion inilah yang paling menjamur dalam bisnis *BB-Shop*. Untuk membeli sebuah pakaian, pelanggan tidak harus mencoba mengenyakannya terlebih dahulu. Pada umumnya, pakaian yang dijual memiliki ukuran *all size* yang sesuai untuk kebanyakan wanita. Terlebih untuk produk aksesoris, pelanggan akan lebih mudah untuk mengambil keputusan pembeliannya.

Sama halnya dengan model dan kualitas produk, perlu disesuaikan dengan apa yang sedang digemari dan diinginkan konsumen. Produk-produk yang dijual sebaiknya memiliki harga terjangkau dan bersaing. Apabila harga terlalu mahal, pelanggan akan merasakan resiko lebih karena belum mengetahui kondisi fisik barang secara langsung. Melihat model yang telah teruji dalam penelitian ini dan berbagai informasi yang diperoleh, pihak yang memiliki rencana membuka *BB-Shop* tentu saja dapat mempertimbangkan peluang besar yang dapat diperolehnya ini.

### **5.3 KETERBATASAN PENELITIAN**

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini berhubungan dengan pengambilan sampel. Karena pengambilan sampel dilakukan di beberapa area tertentu, maka dapat memunculkan kesempatan terjadinya bias dalam memilih sampel yang sebetulnya kurang representatif atau kurang mewakili keseluruhan data yang beragam sifatnya.

Dengan demikian, kondisi ini mengurangi kemampuan mengeneralisasikan hasil penelitian. Di samping itu, hanya digunakan variabel sesuai dengan artikel yang diadaptasi, sedangkan beberapa variabel tambahan tidak digunakan. Keterbatasan lain dalam penelitian ini yaitu metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi. Dengan demikian tidak dapat dilihat hubungan kausal secara keseluruhan (hubungan kausal dalam kerangka penelitian menjadi terpisah-pisah).

Melihat keterbatasan yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya, pengambilan sampel dapat lebih diperluas sehingga memperkecil kemungkinan bias dan dapat lebih mewakili populasi. Sedangkan untuk karakteristik *BB-Shop* yang ada dalam penelitian ini dapat lebih diperluas untuk menunjukkan berbagai karakteristik lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang muncul. Begitu pula dengan berbagai variabel lain yang mungkin muncul dalam hubungan yang bermula dari karakteristik *BB-Shop* hingga munculnya niat beli ulang pelanggan. Sedangkan untuk melihat hubungan kausal yang muncul dalam kerangka penelitian secara keseluruhan, maka dapat digunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chung, K.H., and Shin, J.I., 2009, The Relationship Between Site Characteristics, Relationship Quality, and Word of Mouth, *International Journal of Business and Information*, vol. 4, number 2, p.137-160.
- Davidow, M., 2003, Have You Heard The Word? The Effect of Word Of Mouth on Perceived Justice, Satisfaction and Repurchase Intentions Following Complaint Handling, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, vol. 16, p.67-80.
- Doh, S.J. and Hwang, J.S., 2009, How Consumers Evaluate eWOM (Electronic Word-of-Mouth) Messages, *CyberPsychology & Behavior*, vol. 12, number 2, p.193-197.
- Hariwiyaya dan Triton, 2008, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*. Oryza, Yogyakarta.
- Istijanto, 2009, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kartajaya, H., 2003, *Marketing in Venus*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kartajaya, H., 2005, *Winning The Mom Market in Indonesia*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P. And Armstrong, G., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Majalah CAKRAM Komunikasi, 2004, edisi Mei, *Women Survei 2003*.
- Noviandra, M., 2006, Analisa Pengaruh Model Iklan terhadap Perilaku Pembelian Remaja, *Jurnal KINERJA*, vol. 10, nomor 1, hal. 66-75.

- Praswati, A.N., 2009, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Word of Mouth terhadap Minat Guna Jasa Ulang (Studi Kasus pada PT Nasmoco di Semarang)*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Purwanegara, M.S. dan Yuliana, E., 2010, Influence of Word of Mouth Communication Towards Indonesian Online Shopper Purchase Intention, *Jurnal Manajemen Teknologi*, vol. 9, number 2, p.177-196.
- Raajpoot, N.A., Sharma, A., and Chebat, J.C., 2009, What Generates Word-Of-Mouth In Retail Contexts, *EsicMarket*, vol. 133, p.27-58.
- Rudiana, D. Dan Suroso, E., 2009, Dimensi Kolektivisme dan Individualisme dari Perubahan Sosial Suatu Studi Empiris pada Remaja di Tasikmalaya, *Jurnal Ichsan Gorontalo*, vol. 4, no. 2, hal. 2318-2329.
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L., 2007, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, PT Indeks, Jakarta.
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L., 2010, *Consumer Behavior*, Tenth Edition, Pearson Educatin, New Jersey.
- Sekaran, U., 2006, *Research Methods For Business*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sekaran, U. dan Bougie, R., 2010, *Research Methods for Business*, Fifth Edition, Wiley, United Kingdom.
- Sumardy, 2011, *Rest In Peace Marketing : Killed By The Power of Word Of Mouth Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Taylor, Susan Lee and Robert M.Cosenza, 2002, Profilling Later Aged Female Teens:Mall Shopping Behavior and Clothing Choice, *Journal of Consumer Marketing*, vol. 19, no. 5, p.393-408.
- Tekno Jurnal, 2011, *Pertumbuhan Pelanggan BlackBerry di Indonesia Pada Tahun 2011*, <http://www.teknojurnal.com/2011/09/20/pertumbuhan-pelanggan->

blackberry-di-indonesia-pada-tahun-2011/, diakses pada 17 September 2011.

Teknologi Terkini, 2011, 10 Ponsel yang Paling Dicari Pengguna Yahoo, <http://teknologiterkini.com/10-ponsel-yang-paling-dicari-pengguna-yahoo/>, diakses pada 17 September 2011.

Tjiptono, F., 2001, *Strategi Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

tokoPDA, 2008, *Mayoritas Pengguna Smartphone Adalah Wanita*, [http://www.tokopda.com/online/news\\_detail.php?type=news&id=212&title=Mayoritas-Pengguna-Smartphone-Adalah-Wanita](http://www.tokopda.com/online/news_detail.php?type=news&id=212&title=Mayoritas-Pengguna-Smartphone-Adalah-Wanita), diakses pada 19 September 2011.

Utomo, M., 2011, *Pengguna Mobile Web Terbanyak*, <http://margoutomo.net/pengguna-mobile-web-terbanyak.html>, diakses pada 17 September 2011.

VIVANEWS, 2009, *Pengguna BlackBerry Tahun 2009 Capai 1 Juta*, [http://teknologi.vivanews.com/news/read/87195-pengguna\\_blackberry\\_tahun\\_2009\\_capai\\_1\\_juta](http://teknologi.vivanews.com/news/read/87195-pengguna_blackberry_tahun_2009_capai_1_juta), diakses pada 17 September 2011.

Wikipedia, 2011, *Blackberry*, <http://id.wikipedia.org/wiki/BlackBerry>, diakses pada 19 September 2011.



**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER**

Kepada responden Yth.,

Kami selaku mahasiswa program Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta mengadakan penelitian mengenai hubungan karakteristik *BB-Shop*, kualitas hubungan, *word of mouth*, dan niat beli ulang dalam *Blackberry-Shopping*. Oleh karena itu, kami mohon kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan pada kuesioner berikut ini. Atas kesediaan Anda, kami ucapkan terima kasih.

#### A. Profil Responden

Petunjuk pengisian : Berikan tanda centang (✓) terhadap pilihan berikut untuk mengindikasikan jawaban Anda

1. Usia Anda saat ini adalah : ... tahun
2. Pekerjaan Anda saat ini adalah : ...
  - Pelajar / Mahasiswi
  - PNS
  - Pegawai swasta
  - Wiraswasta
  - Lainnya, sebutkan...
3. Status pernikahan Anda saat ini adalah : ...
  - Belum menikah
  - Sudah menikah

#### B.

Petunjuk pengisian : Berikan tanda centang (✓) terhadap pilihan berikut untuk mengindikasikan jawaban Anda

1. Jumlah grup *Blackberry-Shop* yang diikuti : ...
2. Jenis grup *Blackberry-Shop* yang diikuti (dapat mencentang lebih dari satu) : ...
  - Pakaian
  - Sepatu
  - Fashion (aneka pakaian, tas, sepatu)
  - Tas dan dompet
  - Aksesoris
  - Alat makan
  - Lainnya, sebutkan ...
3. Pengeluaran rata-rata yang Anda keluarkan tiap bulan untuk belanja melalui *Blackberry-Shop* adalah : ...
  - < Rp 50.000,00
  - Rp 50.000,00 – < Rp 100.000,00
  - Rp 100.000,00 – < Rp 150.000,00
  - ≥ Rp 150.000,00
4. Frekuensi pembelian rata-rata yang dilakukan melalui *BB-Shop* dalam 1 bulan : ... kali

5. Fasilitas **Blackberry** yang digunakan (dapat mencentang lebih dari satu) : ...

- Fasilitas *chatting*
  - BBM       WhatsApp       Facebook       Lainnya, sebutkan ...
  - YM       Google Talk       My Space
- Fasilitas *email*
- Fasilitas *browsing*
- Lainnya, sebutkan ...

6. Selain sebagai konsumen, apakah anda juga **berperan sebagai penjual** (baik *reseller* atau *supplier*) dalam suatu *BB-Shop* ?

- Ya
- Tidak

Petunjuk pengisian untuk bagian C hingga F : Berikan tanda centang (✓) terhadap pilihan berikut untuk mengindikasikan jawaban Anda. Keterangan dari 5 jawaban tersedia :

- STS : Sangat Tidak Setuju      S : Setuju
- TS : Tidak Setuju      SS : Sangat Setuju
- N : Netral

**C**  
1. **Kemudahan berbelanja** dalam *BB-Shop* :

	STS	TS	N	S	SS
Transaksi melalui <i>BB-Shop</i> mudah dilakukan					
Hanya membutuhkan waktu yang singkat untuk melakukan transaksi melalui <i>BB-Shop</i>					
Prosedur pemesanan dalam <i>BB-Shop</i> mudah dilakukan					
Pembelian pertama kali dapat dilakukan tanpa banyak bantuan					
Merupakan hal yang mudah untuk mempelajari cara berbelanja dalam <i>BB-Shop</i>					
Merupakan hal yang sederhana untuk berbelanja dalam <i>BB-Shop</i>					
Merupakan hal yang mudah untuk melakukan pembelian dalam <i>BB-Shop</i>					

2. **Ketersediaan informasi** dalam *BB-Shop* :

	STS	TS	N	S	SS
<i>BB-Shop</i> menyediakan informasi yang memadai terkait fitur dan kualitas produk					
<i>BB-Shop</i> menyediakan informasi yang akurat terkait fitur dan kualitas produk					
<i>BB-Shop</i> menyediakan berbagai jenis informasi terkait (pembayaran, pengiriman, dan pengembalian produk)					
<i>BB-Shop</i> menyediakan informasi yang baik					
<i>BB-Shop</i> mencoba menyediakan informasi yang berguna					
<i>BB-Shop</i> mencoba menyediakan informasi yang membantu					

3. **Keamanan dalam BB-Shop :**

	STS	TS	N	S	SS
Saya merasa aman dalam melakukan tiap transaksi dalam <i>BB-Shop</i>					
Saya merasa privasi saya terlindungi dalam <i>BB-Shop</i>					
Saya percaya <i>BB-Shop</i> tidak akan menyalahgunakan informasi personal tentang saya					
Saya percaya sebuah <i>BB-Shop</i> tidak akan memberikan informasi tentang saya pada <i>BB-Shop</i> lainnya					
<i>BB-shop</i> menjaga kerahasiaan informasi terkait nomor rekening saya					
<i>BB-Shop</i> menjaga kerahasiaan informasi terkait pin BB saya					
<i>BB-Shop</i> tidak melakukan kesalahan terkait pembayaran					

4. **Komunikasi dalam BB-Shop :**

	STS	TS	N	S	SS
Konsumen bebas berbicara tentang saran atau komplain dalam <i>BB-Shop</i>					
Konsumen dapat secara aktif meninjau produk-produk dalam <i>BB-Shop</i>					
<i>BB-Shop</i> menyediakan kebebasan untuk bertukar pendapat antar konsumen					
<i>BB-Shop</i> menyediakan alamat kontak yang dapat dihubungi (alamat email, telepon, dll)					

**D**

1. **Kepuasan bertransaksi dalam BB-Shop :**

	STS	TS	N	S	SS
Saya puas pada penawaran dari <i>BB-Shop</i>					
Saya puas berbelanja dalam <i>BB-Shop</i>					
Saya puas dengan produk-produk dalam <i>BB-shop</i>					
Saya puas dengan lingkungan belanja dalam <i>BB-Shop</i>					

2. **Kepercayaan pada BB-Shop :**

	STS	TS	N	S	SS
Saya percaya pada informasi yang disediakan dalam <i>BB-Shop</i>					
Saya percaya pada janji yang dibuat oleh <i>BB-Shop</i>					
Saya percaya pada produk yang disediakan <i>BB-Shop</i>					
Saya percaya pada pengiriman yang dilakukan <i>BB-Shop</i>					
Saya akan kembali bertransaksi dalam <i>BB-Shop</i>					

3. **Komitmen pada BB-Shop :**

	STS	TS	N	S	SS
Saya merasa <i>BB-Shop</i> adalah teman saya					
Saya merasa <i>BB-Shop</i> adalah bagian dari kehidupan sehari-hari					

	STS	TS	N	S	SS
Saya merasa memiliki suatu ikatan dengan <i>BB-Shop</i>					
Saya merasa ikut memiliki <i>BB-Shop</i> yang menjadi langganannya saya					
Saya memiliki perasaan yang baik akan <i>BB-Shop</i>					
<i>BB-Shop</i> menyediakan saluran penting bagi saya dalam berbelanja					
Saya berkeinginan membuat komitmen dengan <i>BB-Shop</i>					

**E**

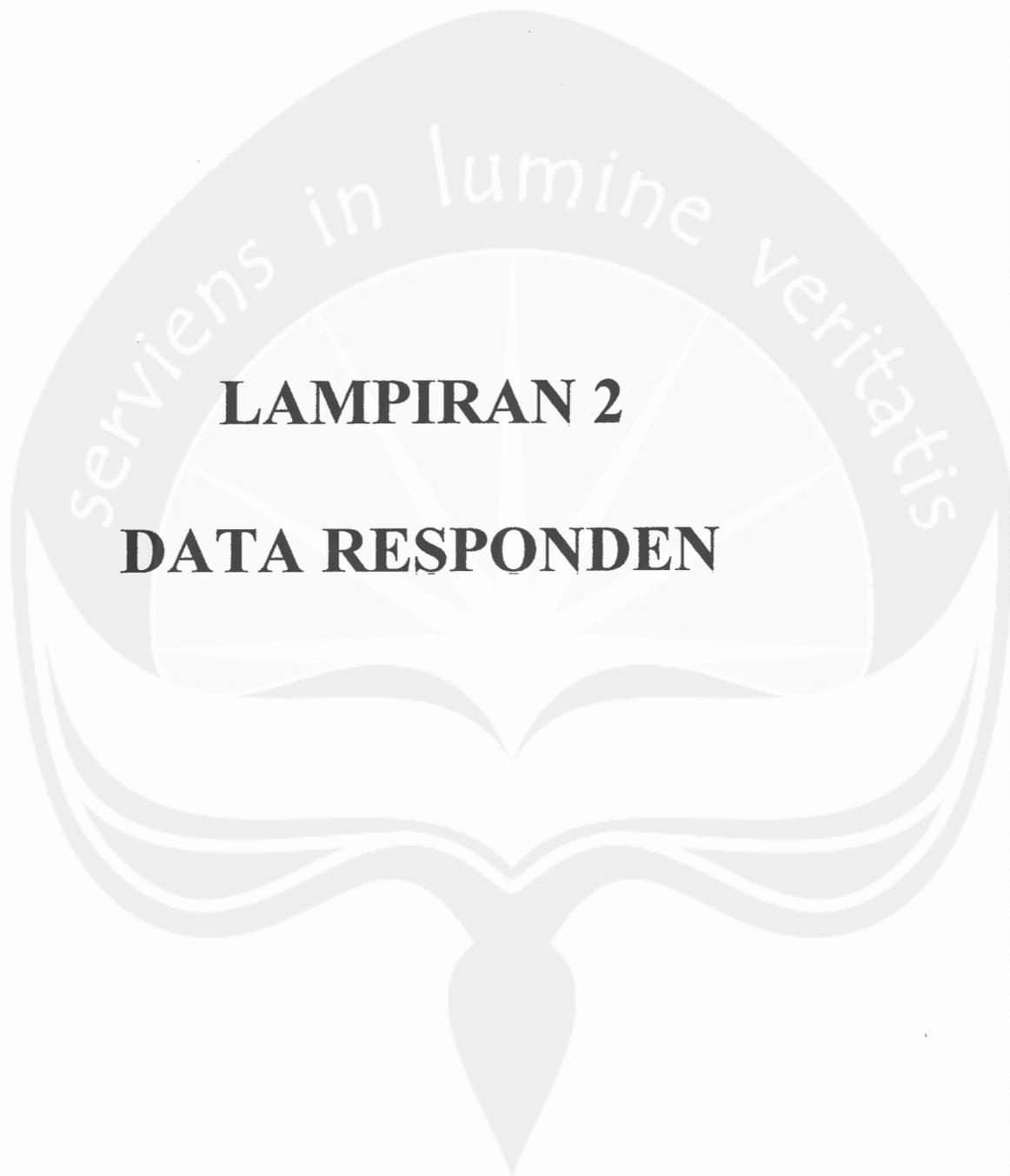
**Word of Mouth** tentang *BB-Shop* :

	STS	TS	N	S	SS
Saya mengatakan hal-hal positif tentang suatu <i>BB-Shop</i> pada orang lain					
Saya merekomendasikan suatu <i>BB-Shop</i> pada orang yang meminta pendapat/nasehat					
Saya mengatakan hal-hal positif tentang produk-produk suatu <i>BB-Shop</i>					
Saya akan menceritakan pengalaman saya bertransaksi dalam <i>BB-Shop</i> pada orang lain					
Saya sering menceritakan pengalaman saya dalam <i>BB-Shop</i> pada orang lain					
Keinginan saya untuk menceritakan pengalaman dalam <i>BB-Shop</i> tergantung situasi yang saya hadapi					

**F**

**Niat melakukan pembelian ulang** melalui *BB-Shop* :

	STS	TS	N	S	SS
Keinginan saya untuk melakukan transaksi selanjutnya melalui <i>BB-Shop</i> sangat tinggi					
Saya berkeinginan untuk membeli lebih banyak produk yang dijual <i>BB-Shop</i>					
Saya lebih suka bertransaksi melalui <i>BB-Shop</i> tertentu dibandingkan <i>BB-Shop</i> lainnya					



**LAMPIRAN 2**

**DATA RESPONDEN**

## Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Status pernikahan	Jumlah grup Blackberry-shop yang diikuti	Jenis.Pakaian	Jenis.Sepatu
1	31	5	2	4	1	0
2	37	5	2	2	0	0
3	32	4	2	3	0	0
4	38	5	2	4	1	1
5	33	5	2	4	1	1
6	41	5	2	3	1	0
7	43	5	2	2	0	0
8	44	5	2	4	0	1
9	31	5	2	2	0	0
10	40	5	2	2	0	0
11	46	5	2	2	0	0
12	40	5	2	2	0	0
13	32	5	2	4	1	1
14	35	5	2	3	0	0
15	44	5	2	2	0	0
16	32	5	2	3	1	0
17	36	5	2	5	1	0
18	40	5	2	2	1	0
19	35	5	2	3	1	0
20	31	5	2	3	1	0
21	36	5	2	2	1	0
22	32	5	2	2	1	0
23	41	4	2	2	0	0
24	37	3	2	1	0	0
25	43	5	2	1	0	0
26	34	3	2	2	0	0
27	33	4	2	4	1	0
28	31	3	2	2	1	0
29	36	4	2	5	1	0
30	34	3	2	6	1	1
31	46	5	2	2	1	0
32	43	5	2	3	1	0
33	22	1	1	4	1	0
34	18	1	1	3	1	0
35	21	1	1	3	1	0
36	19	1	1	3	1	1
37	17	1	1	5	1	0
38	19	1	1	1	1	1
39	18	1	1	2	1	0
40	20	1	1	2	1	0
41	17	1	1	4	1	0
42	19	1	1	4	1	1
43	21	1	1	3	1	0
44	21	1	1	2	1	0
45	20	1	1	3	1	0
46	21	1	1	2	1	0
47	22	1	1	4	1	0
48	17	1	1	3	1	0
49	18	1	1	4	1	0
50	16	1	1	2	1	0

## Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Status pernikahan	Jumlah grup Blackberry-shop yang diikuti	Jenis.Pakaian	Jenis.Sepatu
51	42	5	2	2	0	0
52	29	4	2	4	0	0
53	43	4	2	4	1	1
54	29	2	2	1	0	0
55	38	4	2	3	1	0
56	45	5	2	1	0	0
57	29	2	2	2	1	0
58	40	4	2	2	1	0
59	31	3	2	3	0	0
60	37	4	2	2	1	0
61	31	4	2	3	1	0
62	30	4	2	1	0	0
63	43	4	2	3	1	0
64	45	5	2	2	1	1
65	29	1	1	5	1	1
66	27	5	2	4	1	1
67	35	5	2	2	1	0
68	36	5	2	3	0	0
69	32	5	2	3	1	0
70	42	5	2	3	1	0
71	28	3	1	2	1	0
72	33	5	2	3	1	0
73	39	5	2	2	0	0
74	41	4	2	3	1	0
75	36	4	2	2	1	0
76	28	3	2	3	1	0
77	39	4	2	2	0	0
78	26	1	2	2	1	0
79	30	2	1	2	1	0
80	33	4	?	J	0	0
81	32	4	2	2	1	0
82	37	5	2	1	0	0
83	30	3	2	3	1	0
84	31	4	2	3	1	0
85	29	5	2	3	1	1
86	34	4	2	4	1	0
87	42	5	2	3	1	0
88	37	4	2	2	1	0
89	39	3	2	2	0	0
90	43	5	2	3	1	1
91	47	4	2	3	1	0
92	27	5	2	4	1	1
93	29	4	2	2	1	0
94	36	3	2	2	0	0
95	43	5	2	4	1	1
96	40	4	2	2	0	0
97	28	4	1	3	0	0
98	32	3	2	3	0	0
99	44	4	2	2	0	0
100	48	2	2	2	1	0

## Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Status pernikahan	Jumlah grup Blackberry-shop yang diikuti	Jenis.Pakaian	Jenis.Sepatu
101	32	4	2	1	0	0
102	36	4	2	2	1	0
103	35	3	2	4	0	0
104	45	4	2	4	0	0
105	31	3	2	4	1	1
106	32	3	2	2	1	0
107	46	5	2	3	1	1
108	43	5	2	2	0	0
109	44	5	2	2	1	1
110	27	3	2	2	1	0
111	29	5	2	3	0	0
112	42	4	2	4	1	0
113	31	5	2	4	0	0
114	47	5	2	5	0	0
115	41	5	2	2	1	0
116	31	5	2	1	1	0
117	49	5	2	3	1	0
118	34	5	2	2	0	0
119	38	5	2	4	1	0
120	29	5	2	2	1	0
121	31	5	2	2	1	0
122	28	5	2	4	1	1
123	45	4	2	3	0	0
124	31	3	2	2	0	0
125	42	4	2	5	1	1
126	28	4	2	2	1	0
127	22	1	1	7	1	0
128	20	1	1	2	1	0
129	21	1	1	4	1	1
130	23	1	1	3	1	0
131	20	1	1	4	1	0
132	18	1	1	3	1	1
133	20	1	1	8	0	0
134	18	1	1	4	1	1
135	18	1	1	5	1	0
136	22	1	1	10	1	0
137	25	3	1	3	1	0
138	20	1	1	2	1	0
139	21	1	1	3	1	0
140	19	1	1	3	1	0
141	20	1	1	2	1	0
142	30	3	1	2	0	0
143	20	3	1	2	0	0
144	16	1	1	3	1	0
145	20	1	1	3	1	1
146	24	1	1	5	1	1
147	20	1	1	5	1	1
148	22	1	1	4	1	1
149	21	1	1	3	1	0
150	19	1	1	1	0	0

## Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Status pernikahan	Jumlah grup Blackberry-shop yang diikuti	Jenis.Pakaian	Jenis.Sepatu
151	21	1	1	4	1	1
152	22	1	1	3	1	0
153	18	1	1	5	1	1
154	22	1	1	4	1	1
155	19	1	1	3	1	0
156	19	1	1	3	1	1
157	24	4	1	4	1	1
158	22	1	1	3	1	0
159	18	1	1	2	1	0
160	18	1	1	2	1	0
161	18	1	1	3	1	1
162	20	1	1	4	1	1
163	22	1	1	3	1	0
164	17	1	1	3	1	1
165	17	1	1	2	1	0
166	22	1	1	4	1	1
167	28	1	1	2	0	0
168	20	1	1	4	1	1
169	16	1	1	3	1	1
170	18	1	1	2	1	0
171	17	1	1	5	1	1
172	28	3	1	4	1	1
173	24	3	1	2	0	0
174	22	1	1	2	1	0
175	18	1	1	3	1	0
176	19	1	1	5	1	0
177	20	1	1	2	1	1
178	21	1	1	3	1	0
179	20	1	1	3	0	0
180	19	1	1	2	1	0
181	21	1	1	2	1	0
182	23	1	1	5	1	0
183	21	1	1	4	1	1
184	21	1	1	2	1	0
185	23	1	1	3	0	0
186	21	1	1	4	1	1
187	23	1	1	3	1	0
188	19	1	1	3	0	0
189	21	1	1	3	1	1
190	20	1	1	4	1	1
191	21	1	1	2	1	0
192	22	1	1	3	0	0
193	18	1	1	4	1	1
194	23	1	1	3	0	0
195	23	1	1	2	1	0
196	17	1	1	3	0	0
197	22	1	1	3	1	0
198	18	1	1	4	1	1
199	20	1	1	2	1	0
200	27	3	1	4	1	0

Case Summaries

	Jenis.Fashion	Jenis.Tas	Jenis.Aksesoris	Jenis.Alat.makan	Jenis.Lainnya	Pengeluaran rata-rata setiap bulan unt belanja melalui BB-shop
1	1	0	1	0	0	4
2	1	1	0	0	0	4
3	1	1	1	0	0	4
4	1	0	1	0	0	4
5	1	1	0	0	0	3
6	1	0	1	0	0	3
7	1	0	1	0	0	3
8	1	0	1	1	0	4
9	1	0	1	0	0	3
10	1	1	0	0	0	4
11	1	0	1	0	0	4
12	1	1	0	0	0	4
13	1	0	1	0	0	3
14	1	0	1	1	0	4
15	1	0	0	1	0	4
16	0	1	0	1	0	3
17	0	1	1	1	0	4
18	0	1	0	1	0	4
19	0	1	0	0	0	4
20	0	1	0	0	0	4
21	0	0	1	0	0	2
22	0	0	0	0	0	2
23	0	1	0	1	0	4
24	0	0	1	0	0	3
25	1	0	0	0	0	4
26	1	0	1	0	0	4
27	1	0	1	1	0	4
28	0	1	0	0	0	3
29	0	1	0	0	0	4
30	0	1	1	0	0	4
31	0	0	0	0	0	3
32	0	1	0	0	0	3
33	0	0	1	0	0	4
34	0	1	0	0	0	3
35	0	0	0	0	0	3
36	0	1	0	0	0	4
37	0	1	1	0	0	4
38	0	0	1	0	0	1
39	0	1	0	0	0	3
40	0	0	0	0	1	3
41	1	1	1	0	0	4
42	1	0	0	0	0	3
43	0	1	0	0	0	3
44	0	1	0	0	0	2
45	0	1	0	0	0	3
46	0	0	0	0	0	2
47	0	1	0	0	1	4
48	0	0	0	0	1	3
49	0	1	0	0	0	3
50	0	1	0	0	0	2

Case Summaries

	Jenis.Fashion	Jenis.Tas	Jenis.Aksesoris	Jenis.Alat. makan	Jenis.Lainnya	Pengeluaran rata-rata setiap bulan unt belanja melalui BB-shop
51	1	1	0	0	0	4
52	1	1	1	1	0	4
53	1	1	0	0	0	3
54	1	0	0	0	0	4
55	1	1	0	0	0	3
56	1	0	0	0	0	3
57	0	1	0	0	0	2
58	1	0	0	0	0	4
59	1	1	0	1	0	4
60	1	0	0	0	0	3
61	1	1	0	0	0	4
62	1	0	0	0	0	2
63	1	0	1	0	0	4
64	0	0	0	0	0	1
65	1	1	1	0	0	4
66	1	1	0	0	0	4
67	0	0	0	0	0	2
68	1	1	0	1	0	4
69	0	0	0	0	0	3
70	1	1	0	0	0	4
71	1	0	0	0	0	3
72	0	1	1	0	0	3
73	1	0	1	0	0	3
74	0	1	0	0	0	3
75	0	0	0	0	0	2
76	0	0	0	0	0	2
77	1	1	0	0	0	1
78	1	0	0	0	0	2
79	1	0	0	0	0	3
80	1	1	0	1	0	2
81	0	0	0	0	0	3
82	0	0	0	0	1	3
83	1	1	0	0	0	3
84	0	1	0	0	0	4
85	1	1	1	1	0	4
86	1	1	0	1	0	4
87	0	1	0	1	0	3
88	0	1	0	0	0	2
89	1	0	1	0	0	4
90	0	1	0	0	0	3
91	1	1	0	0	0	1
92	0	1	0	0	1	3
93	0	0	0	0	0	3
94	1	0	0	1	0	2
95	1	0	1	0	0	3
96	1	0	1	0	0	4
97	1	0	0	0	1	3
98	1	1	1	0	0	3
99	1	0	0	1	0	3
100	0	1	0	0	0	3

Case Summaries

	Jenis.Fashion	Jenis.Tas	Jenis.Aksesoris	Jenis.Alat. makan	Jenis.Lainnya	Pengeluaran rata-rata setiap bulan unt belanja melalui BB-shop
101	1	0	0	0	0	2
102	0	0	1	0	0	2
103	1	0	0	0	1	4
104	1	0	0	0	0	4
105	1	1	0	0	0	3
106	0	1	1	0	0	3
107	1	0	0	0	0	4
108	1	0	0	0	0	2
109	0	0	0	0	0	3
110	0	1	0	0	0	3
111	1	0	1	0	0	3
112	0	1	0	0	0	4
113	1	0	1	0	0	3
114	1	0	0	0	0	4
115	0	1	0	0	0	4
116	0	0	0	0	0	2
117	1	1	1	0	0	3
118	1	0	0	0	0	2
119	1	0	0	1	0	4
120	0	0	0	1	0	4
121	0	0	1	0	0	2
122	1	0	0	1	0	4
123	1	0	0	0	1	4
124	1	0	0	0	0	2
125	1	1	1	0	0	4
126	0	1	0	0	0	2
127	1	1	0	0	0	2
128	1	0	0	0	0	1
129	1	0	1	0	0	4
130	0	1	1	0	0	4
131	1	0	1	0	0	2
132	0	1	0	0	0	3
133	1	0	0	0	1	2
134	1	0	1	0	0	3
135	0	0	0	0	1	1
136	1	0	0	0	1	1
137	0	1	0	0	1	1
138	0	0	0	0	0	3
139	1	0	1	0	0	2
140	0	1	1	0	0	3
141	0	0	0	0	0	2
142	0	1	1	0	0	4
143	1	1	0	0	0	3
144	0	1	1	0	0	3
145	1	0	0	0	0	2
146	0	1	1	0	0	4
147	1	1	1	0	0	3
148	1	1	0	0	0	3
149	1	0	0	0	0	3
150	0	0	0	0	0	2

## Case Summaries

	Jenis.Fashion	Jenis.Tas	Jenis.Aksesoris	Jenis.Alat.makan	Jenis.Lainnya	Pengeluaran rata-rata setiap bulan unt belanja melalui BB-shop
151	1	1	0	0	0	3
152	0	0	1	0	0	2
153	0	1	0	0	1	4
154	1	0	1	0	0	3
155	0	1	0	0	0	2
156	1	0	0	0	0	2
157	0	1	0	0	0	4
158	1	1	0	0	0	4
159	1	0	0	0	0	2
160	0	1	0	0	0	2
161	1	0	0	0	0	2
162	1	1	0	0	0	2
163	0	1	0	0	0	1
164	1	0	0	0	0	2
165	0	0	0	0	0	2
166	1	0	1	0	0	4
167	1	1	0	0	0	3
168	1	1	0	0	0	2
169	0	0	1	0	0	2
170	0	0	0	0	0	2
171	1	1	1	0	0	4
172	1	1	0	0	0	4
173	1	0	0	0	0	2
174	0	1	0	0	0	3
175	0	0	0	0	0	2
176	0	1	0	0	1	3
177	0	0	0	0	0	3
178	0	0	0	0	0	3
179	1	0	0	0	0	3
180	0	0	0	0	0	3
181	0	0	0	0	0	2
182	1	0	1	0	0	4
183	0	1	0	0	0	4
184	0	0	0	0	0	2
185	0	1	1	0	0	2
186	0	1	0	0	0	4
187	0	1	1	0	0	3
188	1	0	1	0	0	4
189	0	1	0	0	0	3
190	0	0	1	0	0	3
191	0	0	0	0	0	2
192	1	0	0	0	0	2
193	1	0	1	0	0	3
194	1	0	0	0	0	3
195	0	0	0	0	0	2
196	1	0	1	0	1	3
197	0	0	1	0	0	2
198	0	0	1	0	0	3
199	1	0	0	0	0	2
200	1	1	0	0	0	3

## Case Summaries

	Frekuensi	BBM	YM	WhatsApp	Google	Facebook	My.Space	Lainnya
1	10	1	0	0	1	1	0	0
2	3	1	0	0	0	0	0	0
3	2	1	0	0	0	0	0	0
4	4	1	0	0	0	0	0	0
5	2	1	0	0	0	0	0	0
6	2	1	0	0	0	0	0	0
7	1	1	0	0	0	0	0	0
8	2	1	0	0	0	0	0	0
9	2	0	0	0	0	0	0	0
10	1	1	0	0	0	0	0	0
11	1	1	0	0	0	0	0	0
12	2	1	0	0	0	0	0	0
13	3	1	0	0	0	0	0	0
14	2	1	0	0	0	0	0	0
15	1	1	0	0	0	0	0	0
16	4	1	0	1	0	1	0	0
17	15	1	0	0	0	0	0	0
18	5	1	0	0	0	0	0	0
19	4	1	0	0	0	0	0	0
20	4	1	0	0	0	0	0	0
21	2	1	0	0	0	0	0	0
22	2	1	0	0	0	0	0	0
23	1	1	0	0	0	0	0	0
24	1	1	0	0	0	0	0	0
25	2	1	0	0	0	0	0	0
26	2	1	0	0	0	0	0	0
27	2	1	0	0	0	0	0	0
28	3	1	1	0	0	1	0	0
29	12	1	0	0	0	1	0	0
30	15	1	1	1	0	1	0	0
31	3	1	0	0	0	0	0	0
32	5	1	0	0	0	0	0	0
33	5	1	1	1	0	1	0	0
34	3	1	0	0	0	0	0	0
35	4	1	0	0	0	1	0	1
36	5	1	0	0	0	0	0	0
37	10	1	1	0	0	0	0	0
38	3	1	1	0	0	0	2	0
39	3	1	0	0	0	0	0	0
40	4	1	0	0	0	1	0	0
41	6	1	0	1	0	0	0	0
42	4	1	1	0	0	1	0	0
43	5	1	1	0	0	0	0	0
44	2	1	0	0	0	0	0	0
45	4	1	0	0	0	0	0	0
46	2	1	0	0	0	0	0	0
47	5	1	1	0	0	1	0	0
48	4	1	1	0	0	0	0	0
49	5	1	1	0	0	0	0	0
50	2	1	0	0	0	0	0	0

## Case Summaries

	Frekuensi	BBM	YM	WhatsApp	Google	Facebook	My.Space	Lainnya
51	2	1	0	0	0	1	0	0
52	4	1	1	0	1	1	0	0
53	2	1	0	0	0	0	0	0
54	1	1	0	0	0	0	0	0
55	2	1	0	0	0	0	0	0
56	1	1	0	0	0	1	0	0
57	1	1	1	0	0	0	0	0
58	2	1	0	0	0	1	0	0
59	3	1	1	0	0	0	0	0
60	1	1	0	0	0	1	0	0
61	3	1	1	0	0	0	0	0
62	1	1	0	0	0	0	0	0
63	1	1	0	0	0	0	0	0
64	1	1	1	0	0	0	0	0
65	4	1	0	0	0	1	0	0
66	4	1	0	0	0	0	0	0
67	2	1	1	0	0	1	0	0
68	1	1	0	0	0	0	0	1
69	2	1	0	0	0	1	0	0
70	4	1	0	0	0	0	0	0
71	2	1	0	0	0	1	0	0
72	4	1	0	0	0	0	0	0
73	2	1	0	0	0	0	0	0
74	3	1	0	0	0	0	0	0
75	2	1	0	0	0	0	0	0
76	3	1	1	1	0	1	0	0
77	1	1	0	0	0	0	0	0
78	1	1	0	0	0	0	0	0
79	1	1	0	0	0	1	0	0
80	1	1	0	0	0	0	0	0
81	3	1	0	0	0	0	0	0
82	4	1	0	0	0	0	0	0
83	2	1	1	1	1	1	0	0
84	8	1	0	0	0	0	0	0
85	7	1	0	0	0	1	0	0
86	3	1	1	0	0	1	0	0
87	3	1	0	0	0	1	0	0
88	2	0	1	0	0	0	0	0
89	1	1	0	0	0	1	0	0
90	1	1	0	0	0	0	0	0
91	1	1	0	0	0	0	0	0
92	6	1	1	0	0	0	0	0
93	3	1	0	0	0	0	0	0
94	2	1	0	0	0	0	0	0
95	2	1	0	0	0	0	0	0
96	2	1	0	0	0	0	0	0
97	3	1	1	0	0	1	0	0
98	2	1	1	1	1	1	1	0
99	1	1	0	0	0	0	0	0
100	3	1	0	0	0	0	0	0

## Case Summaries

	Frekuensi	BBM	YM	WhatsApp	Google	Facebook	My.Space	Lainnya
101	2	1	0	0	0	0	0	0
102	4	1	1	0	0	0	0	0
103	5	1	1	0	0	1	0	0
104	6	1	0	0	0	0	0	0
105	2	1	0	0	0	0	0	0
106	3	1	1	1	0	1	0	0
107	3	1	0	0	0	0	0	0
108	2	1	0	0	0	0	0	0
109	2	1	0	0	0	0	0	0
110	3	1	1	0	0	1	0	0
111	5	1	0	0	0	0	0	0
112	5	1	1	0	0	0	0	0
113	4	1	0	0	0	0	0	0
114	6	1	0	0	0	0	0	0
115	4	1	1	0	0	0	0	0
116	2	1	0	0	0	0	0	0
117	1	1	0	0	0	0	0	0
118	2	1	1	0	0	1	0	0
119	5	1	0	0	0	0	0	0
120	6	1	0	0	0	0	0	0
121	2	1	1	0	0	1	0	0
122	3	1	0	0	0	1	0	0
123	4	1	0	0	0	1	0	0
124	2	1	1	1	0	1	0	0
125	5	1	0	1	0	1	0	0
126	3	1	0	0	0	1	0	0
127	1	1	1	0	0	1	0	0
128	1	1	1	0	0	1	0	1
129	6	1	1	0	0	1	0	0
130	5	1	0	0	0	1	0	0
131	2	1	0	0	0	1	0	0
132	4	1	0	0	0	0	0	0
133	1	1	0	0	0	0	0	0
134	2	1	0	1	0	1	0	0
135	1	1	0	0	0	1	0	1
136	2	1	1	1	1	1	0	0
137	1	1	1	0	0	1	0	0
138	4	1	0	0	0	1	0	0
139	1	1	1	0	0	1	0	0
140	2	0	0	0	0	0	0	0
141	3	1	0	1	0	0	0	0
142	2	1	0	0	0	0	0	0
143	1	1	1	0	0	1	0	0
144	4	1	0	0	0	0	0	0
145	2	1	1	0	0	1	0	1
146	10	1	0	1	0	1	0	0
147	2	1	0	0	0	0	0	0
148	3	1	0	0	0	1	0	0
149	4	1	0	0	0	0	0	0
150	3	1	0	0	0	0	0	0

## Case Summaries

	Frekuensi	BBM	YM	WhatsApp	Google	Facebook	My.Space	Lainnya
151	2	1	0	0	0	1	0	0
152	5	1	0	0	0	0	0	0
153	6	1	0	0	0	0	0	0
154	2	1	0	0	0	1	0	0
155	2	1	0	0	0	0	0	0
156	1	1	0	0	0	1	0	0
157	10	1	0	0	0	1	0	0
158	4	1	1	0	0	1	0	0
159	1	1	1	0	0	1	0	0
160	3	1	0	0	0	1	0	0
161	1	1	0	0	0	1	0	0
162	1	1	1	0	0	1	0	0
163	5	1	0	1	0	0	0	0
164	1	1	0	0	0	1	0	0
165	2	1	0	0	0	0	0	0
166	3	1	1	0	0	1	0	0
167	2	1	1	0	0	1	0	0
168	1	1	0	0	0	0	0	0
169	1	1	0	0	0	1	0	0
170	4	1	0	0	0	0	0	0
171	4	1	1	1	1	1	0	0
172	3	1	1	0	1	1	0	0
173	2	1	1	0	0	1	0	0
174	3	1	1	1	1	1	0	0
175	3	1	1	0	0	1	0	0
176	4	1	0	0	0	0	0	0
177	5	1	0	0	0	0	0	0
178	3	1	0	0	0	0	0	0
179	3	1	0	0	0	0	0	0
180	3	1	0	0	0	0	0	0
181	2	1	0	0	0	0	0	0
182	10	1	1	0	0	1	0	0
183	7	1	1	0	0	1	0	0
184	3	1	0	1	0	0	0	0
185	2	1	1	1	0	0	0	0
186	6	1	0	0	0	0	0	0
187	3	1	1	0	0	1	0	0
188	5	1	0	0	0	1	0	0
189	4	1	1	0	0	1	0	0
190	5	1	0	1	0	0	0	0
191	2	1	1	1	0	1	1	0
192	3	1	1	0	0	1	1	0
193	4	1	0	0	0	1	0	1
194	2	1	1	1	0	0	0	0
195	3	1	0	0	0	0	0	0
196	5	1	1	1	0	1	0	0
197	1	1	1	0	0	1	0	0
198	6	1	0	0	0	0	0	0
199	2	1	0	0	0	0	0	0
200	2	1	1	0	0	1	0	0

Case Summaries

	Email	Browsing	Lain	Perari	Mudah.1	Mudah.2	Mudah.3	Mudah.4
1	0	1	0	1	5	4	4	4
2	0	0	0	2	5	5	5	5
3	0	0	0	2	5	5	5	4
4	0	0	0	2	5	5	5	5
5	0	0	0	2	4	4	4	4
6	0	0	0	2	4	4	4	4
7	0	0	0	2	5	5	5	5
8	0	0	0	2	5	5	5	5
9	0	0	0	2	4	4	4	4
10	0	0	0	2	5	5	5	4
11	0	0	0	2	5	5	5	5
12	0	0	0	2	4	4	4	4
13	0	0	0	2	4	4	4	4
14	0	0	0	2	4	4	4	4
15	0	0	0	2	4	4	4	4
16	0	0	0	2	5	4	5	4
17	0	0	0	1	5	4	5	4
18	0	0	0	2	5	5	5	4
19	0	0	0	2	5	5	5	5
20	0	0	0	2	5	5	5	5
21	0	0	0	2	5	5	5	5
22	0	0	0	2	4	4	4	4
23	0	0	0	2	4	4	4	4
24	0	0	0	2	4	4	4	4
25	0	0	0	2	4	4	4	4
26	0	0	0	1	5	5	5	5
27	0	0	0	2	4	4	4	4
28	1	0	0	2	4	4	4	4
29	0	0	0	1	5	5	5	5
30	1	1	0	1	5	5	5	5
31	0	0	0	2	5	5	5	5
32	0	0	0	2	5	4	5	4
33	0	0	0	2	5	5	5	5
34	0	1	0	2	4	4	4	4
35	0	0	0	2	4	4	4	4
36	0	0	0	2	4	4	4	4
37	0	0	0	1	4	4	4	4
38	0	1	0	2	4	4	4	4
39	0	1	0	2	5	4	5	4
40	0	0	0	2	4	4	4	4
41	0	0	0	2	4	4	4	4
42	0	1	0	2	4	4	4	4
43	0	0	0	2	5	5	5	5
44	0	0	0	2	4	4	4	5
45	0	1	0	2	4	4	4	4
46	0	0	0	2	5	5	5	5
47	0	0	0	2	5	5	5	5
48	0	1	0	2	4	4	4	4
49	0	0	0	2	5	5	5	4
50	0	0	0	2	4	4	4	4

## Case Summaries

	Email	Browsing	Lain	Peran	Mudah.1	Mudah.2	Mudah.3	Mudah.4
51	0	0	0	2	4	4	4	4
52	1	1	0	2	5	5	5	5
53	0	0	0	2	5	5	5	5
54	0	0	0	2	4	4	4	4
55	0	0	0	2	4	4	4	4
56	0	0	0	2	4	4	4	4
57	1	1	0	2	4	4	4	4
58	0	0	0	2	4	4	4	4
59	1	1	0	2	4	4	4	4
60	0	0	0	2	4	4	4	4
61	1	1	0	2	4	4	4	2
62	0	0	0	2	3	3	3	3
63	0	0	0	2	4	4	4	4
64	0	0	0	2	3	3	3	3
65	0	0	0	2	5	5	4	4
66	0	0	0	1	5	5	5	5
67	0	1	0	2	4	4	4	4
68	0	0	0	2	5	5	5	5
69	0	0	0	2	4	4	4	4
70	0	0	0	2	4	4	4	4
71	0	0	0	2	5	4	5	4
72	0	1	0	2	4	4	4	4
73	0	0	0	2	5	5	5	5
74	0	0	0	2	4	4	4	5
75	0	0	0	2	5	5	5	5
76	0	1	0	2	5	4	5	5
77	0	0	0	2	3	3	3	3
78	0	0	0	2	4	4	4	4
79	0	0	0	2	5	5	5	5
80	1	1	0	2	4	4	4	4
81	0	1	0	2	4	4	4	4
82	0	0	0	2	5	4	5	5
83	1	1	0	2	4	4	4	4
84	0	0	0	1	5	5	5	5
85	0	0	0	1	5	4	4	5
86	1	1	0	2	4	4	4	4
87	0	0	0	2	5	5	5	5
88	0	0	0	2	3	3	3	3
89	0	0	0	2	5	5	5	5
90	0	0	0	2	4	5	4	4
91	0	0	0	2	4	2	4	4
92	0	1	0	2	4	4	4	4
93	0	1	0	2	4	4	4	4
94	1	0	0	2	5	5	5	5
95	0	0	0	2	4	4	4	4
96	0	0	0	2	4	4	4	4
97	0	0	0	2	4	4	4	4
98	1	1	0	2	5	5	5	5
99	0	0	0	2	4	4	4	4
100	0	0	0	2	4	4	4	4

Case Summaries

	Email	Browsing	Lain	Peran	Mudah.1	Mudah.2	Mudah.3	Mudah.4
101	0	0	0	2	4	4	4	4
102	0	0	0	2	4	4	4	4
103	1	1	0	1	4	4	4	4
104	0	0	0	2	4	4	4	4
105	0	0	0	2	5	4	4	4
106	0	1	0	2	5	4	4	4
107	0	0	0	2	4	4	4	4
108	0	0	0	2	4	4	4	4
109	0	0	0	2	4	4	4	4
110	0	0	0	2	5	5	5	5
111	0	1	0	1	5	4	4	4
112	0	1	0	1	5	5	5	4
113	0	0	0	1	5	5	5	5
114	0	0	0	2	4	4	4	4
115	0	0	0	2	4	4	4	4
116	0	0	0	2	4	5	4	5
117	0	0	0	2	5	5	5	5
118	1	1	0	2	4	4	4	4
119	0	1	0	1	5	4	5	4
120	0	1	0	1	4	4	4	4
121	0	1	0	2	5	4	5	4
122	0	0	0	2	5	5	5	5
123	0	0	0	2	5	5	5	4
124	0	1	0	2	5	5	5	5
125	0	0	0	2	5	5	5	5
126	0	0	0	2	5	5	5	5
127	0	1	0	2	4	4	4	4
128	0	0	0	2	4	4	4	4
129	0	0	0	2	4	4	4	4
130	1	1	0	2	5	5	5	5
131	0	0	0	1	5	5	5	5
132	0	1	0	2	4	4	4	4
133	0	0	0	1	4	4	4	4
134	0	0	0	2	4	4	4	4
135	0	0	0	2	5	5	5	5
136	1	1	0	1	5	5	5	5
137	1	1	0	2	5	4	5	4
138	1	1	0	2	5	5	5	5
139	1	1	0	2	4	4	4	4
140	0	0	0	2	4	4	4	4
141	0	1	0	2	5	5	5	5
142	0	0	0	2	5	5	5	5
143	1	1	0	2	5	5	5	5
144	0	0	0	2	5	4	5	4
145	1	1	0	2	4	4	4	4
146	1	1	0	1	4	4	4	4
147	0	0	0	2	4	4	4	4
148	1	1	0	2	5	5	5	5
149	0	0	0	2	4	4	4	5
150	0	1	0	2	5	5	5	4

Case Summaries

	Email	Browsing	Lain	Peran	Mudah.1	Mudah.2	Mudah.3	Mudah.4
151	0	0	0	2	4	4	4	4
152	0	0	0	2	5	5	5	5
153	0	0	0	2	4	4	4	4
154	0	0	0	2	4	4	4	4
155	0	0	0	2	4	4	4	4
156	0	0	0	2	5	5	5	5
157	0	0	0	1	4	4	4	4
158	1	1	0	2	5	5	5	5
159	0	0	0	2	4	4	4	4
160	0	0	0	2	4	4	4	4
161	0	0	0	2	5	5	5	5
162	0	0	0	2	4	4	4	4
163	0	0	0	2	4	4	4	4
164	0	0	0	2	4	4	4	4
165	0	0	0	2	4	4	4	4
166	1	1	0	2	4	4	4	2
167	0	0	0	2	4	4	4	2
168	0	0	0	2	5	5	5	5
169	1	1	0	2	3	3	3	3
170	0	0	0	2	5	5	4	4
171	1	1	0	2	5	5	5	5
172	1	1	0	2	4	4	4	4
173	1	1	0	2	5	4	4	4
174	0	0	0	2	4	4	4	4
175	1	1	0	2	5	5	5	4
176	0	1	0	2	4	4	4	4
177	0	0	0	1	4	4	4	4
178	0	0	0	2	5	4	5	5
179	1	0	0	1	5	5	5	5
180	0	0	0	2	4	5	4	5
181	0	0	0	2	4	4	4	4
182	0	0	0	1	4	4	4	4
183	0	0	0	1	4	4	4	4
184	0	0	0	2	4	4	4	4
185	1	1	0	2	4	4	4	4
186	1	1	0	2	4	4	4	5
187	1	1	0	2	4	4	4	4
188	0	0	0	1	5	4	5	4
189	0	1	0	2	5	5	5	5
190	0	1	0	2	5	5	5	4
191	1	1	0	2	5	4	4	4
192	0	1	0	2	5	5	5	5
193	0	0	0	2	4	4	4	4
194	1	1	0	2	4	4	4	4
195	0	0	0	2	4	4	4	4
196	0	0	0	1	5	4	4	5
197	1	1	0	1	4	4	4	4
198	0	1	0	2	4	4	4	4
199	0	1	0	2	5	5	5	5
200	0	0	0	1	4	4	4	4

Case Summaries

	Mudah.5	Mudah.6	Mudah.7	Inform.1	Inform.2	Inform.3	Inform.4
1	4	4	4	3	3	4	4
2	5	5	5	4	4	4	4
3	5	5	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4
7	4	5	5	4	4	4	4
8	5	5	5	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4
10	4	5	5	4	4	4	4
11	5	5	5	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	5	4	4	4	4
17	4	5	5	5	5	5	5
18	4	5	5	5	4	5	4
19	5	5	5	5	4	5	5
20	5	5	5	5	5	5	4
21	5	5	5	4	3	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	5
26	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	5	4	5	5
29	5	5	5	3	4	5	5
30	5	5	5	5	4	5	4
31	5	5	5	5	4	4	4
32	4	5	5	4	4	4	4
33	5	5	5	5	1	5	4
34	4	4	4	1	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	5	4	5	5
37	4	4	4	5	4	5	5
38	4	4	4	5	4	5	4
39	5	4	5	4	4	4	4
40	4	4	4	5	3	5	4
41	4	4	4	5	5	5	5
42	4	4	4	5	4	5	4
43	5	5	5	4	4	4	4
44	5	4	4	4	4	5	5
45	4	4	4	5	3	4	5
46	5	4	4	4	4	4	5
47	5	5	5	4	4	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4
49	4	5	5	5	4	5	5
50	4	4	4	4	2	4	4

Case Summaries

	Mudah.5	Mudah.6	Mudah.7	Inform.1	Inform.2	Inform.3	Inform.4
51	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	4
54	4	4	4	4	4	4	5
55	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	3	3	3	3
58	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4
62	3	3	3	2	2	3	2
63	5	5	5	4	4	4	4
64	3	3	3	3	3	3	3
65	5	5	5	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5
67	4	5	5	4	3	4	4
68	5	5	5	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	5	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	4	4	4	4
74	5	5	4	5	4	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	4	5	5
77	3	3	3	3	3	3	3
78	4	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	4	4	4	4
80	4	4	4	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	4	5	4
85	5	5	4	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4
87	5	5	5	4	4	4	5
88	3	3	3	3	3	3	3
89	5	5	5	5	5	5	4
90	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	5	4	4	4
93	4	4	4	4	4	5	5
94	5	5	5	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	3	3	4	3
99	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Mudah.5	Mudah.6	Mudah.7	Inform.1	Inform.2	Inform.3	Inform.4
101	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	3	3	3	3
103	4	4	4	4	4	4	4
104	4	4	4	5	5	5	5
105	4	4	4	4	4	4	5
106	4	4	4	3	3	4	4
107	5	5	5	4	4	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4
109	4	4	4	4	4	4	4
110	5	5	5	4	4	4	4
111	5	5	5	4	4	4	4
112	4	5	5	4	4	4	4
113	5	5	5	4	4	4	4
114	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4
116	5	5	4	4	4	4	4
117	5	5	5	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	4
119	4	5	5	4	4	4	4
120	4	4	4	4	4	4	4
121	4	4	5	4	4	4	4
122	5	5	5	5	5	5	5
123	4	5	5	5	4	5	4
124	5	5	5	5	4	5	5
125	5	5	5	5	5	5	4
126	5	5	5	4	3	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4
130	5	5	5	4	4	4	5
131	5	4	4	5	5	5	5
132	4	4	4	4	4	4	4
133	4	4	4	5	4	5	5
134	4	4	4	5	4	5	5
135	5	5	5	5	4	5	4
136	5	5	5	5	4	4	4
137	4	5	5	4	4	4	4
138	5	5	5	5	4	5	4
139	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4
141	5	5	5	5	4	5	5
142	5	5	5	5	4	5	5
143	4	5	5	5	4	5	4
144	5	4	5	4	4	4	4
145	4	4	4	5	3	5	4
146	4	4	4	5	5	5	5
147	4	4	4	5	4	5	4
148	5	5	5	4	4	4	4
149	5	4	4	4	4	5	5
150	4	5	5	5	3	4	5

Case Summaries

	Mudah.5	Mudah.6	Mudah.7	Inform.1	Inform.2	Inform.3	Inform.4
151	4	4	4	4	4	4	5
152	5	5	5	4	4	5	5
153	4	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	5	4	5	5
155	4	4	4	4	2	4	4
156	5	5	5	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4	4	4
158	5	5	5	5	5	5	4
159	4	4	5	4	4	4	5
160	4	4	4	4	4	4	4
161	5	5	5	4	4	4	4
162	4	4	4	3	3	3	3
163	4	4	4	4	4	4	4
164	4	4	4	4	4	1	4
165	4	4	4	4	4	4	4
166	4	4	4	4	4	4	4
167	4	4	4	2	2	3	2
168	5	5	5	4	4	4	4
169	3	3	3	3	3	3	3
170	5	5	5	4	4	4	4
171	5	5	5	5	5	5	5
172	4	4	4	4	3	4	4
173	4	4	4	3	3	4	4
174	4	4	4	4	4	4	4
175	5	5	5	4	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	4
177	4	4	4	4	4	4	4
178	5	5	5	4	4	4	4
179	4	5	5	4	4	4	4
180	5	5	4	4	4	4	4
181	4	4	4	4	4	4	4
182	4	4	4	4	4	4	4
183	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	4	4	4	4	4
186	5	4	4	4	4	4	4
187	4	4	4	4	4	4	4
188	4	4	5	4	4	4	4
189	5	5	5	5	5	5	5
190	4	5	5	5	4	5	4
191	5	5	5	5	4	5	5
192	5	5	5	5	5	5	4
193	4	4	4	4	3	4	4
194	4	4	4	4	4	4	4
195	4	4	4	4	4	4	4
196	5	5	4	4	4	4	4
197	4	4	4	4	4	4	5
198	4	4	5	5	5	5	5
199	5	5	5	5	4	5	5
200	4	4	4	5	4	5	4

Case Summaries

	Inform.5	Inform.6	Aman.1	Aman.2	Aman.3	Aman.4	Aman.5	Aman.6
1	4	4	4	4	4	2	4	2
2	4	4	4	4	4	4	4	2
3	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	5	5	5	2	5	2
5	4	4	4	4	4	4	4	2
6	4	4	4	4	4	4	4	2
7	4	4	4	4	4	4	4	2
8	4	4	4	4	5	5	5	2
9	4	4	5	5	5	5	4	2
10	4	4	4	4	4	4	4	2
11	4	4	4	4	4	4	4	2
12	4	4	4	4	4	4	4	2
13	4	4	4	4	4	4	4	2
14	4	4	4	4	4	4	4	2
15	4	4	4	4	4	4	4	2
16	4	5	4	4	4	2	4	2
17	5	5	5	5	5	1	5	1
18	4	4	4	4	4	3	5	2
19	5	5	5	5	5	3	5	3
20	5	5	4	4	4	1	4	1
21	4	4	4	4	4	2	4	1
22	5	5	4	4	4	3	4	2
23	4	4	4	4	4	2	5	2
24	4	4	4	4	4	2	4	2
25	5	5	4	4	4	4	4	2
26	5	5	5	4	4	2	4	2
27	4	4	4	4	4	4	4	2
28	5	5	4	4	4	4	4	1
29	5	5	5	5	5	3	5	1
30	5	5	5	5	5	5	5	1
31	5	5	5	5	5	2	5	1
32	5	5	4	4	4	1	4	1
33	5	5	4	4	4	2	5	2
34	4	4	4	4	4	2	5	2
35	4	5	4	4	4	4	4	2
36	5	5	5	5	5	4	5	3
37	5	5	5	5	5	1	5	1
38	5	5	4	4	4	4	4	3
39	4	4	4	4	4	4	4	2
40	5	5	4	4	4	2	4	2
41	5	5	5	5	5	5	5	2
42	5	5	4	4	5	2	5	2
43	5	5	4	4	5	3	5	3
44	4	5	5	5	5	2	5	2
45	4	5	5	4	4	3	5	3
46	5	5	4	4	4	2	5	1
47	4	4	4	4	5	4	5	2
48	4	4	4	4	4	4	4	3
49	5	5	4	4	4	3	5	3
50	4	5	4	4	4	1	5	1

Case Summaries

	Inform.5	Inform.6	Aman.1	Aman.2	Aman.3	Aman.4	Aman.5	Aman.6
51	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	3
53	4	4	5	4	4	4	4	2
54	5	5	5	5	5	4	5	2
55	4	4	4	4	4	4	5	1
56	4	4	4	4	4	2	4	2
57	3	3	3	3	3	3	4	1
58	4	4	4	4	4	2	4	2
59	4	4	4	4	4	4	4	2
60	4	4	4	4	4	4	5	2
61	4	4	4	4	4	4	4	3
62	2	2	3	3	3	3	3	3
63	4	4	4	4	4	4	4	2
64	3	3	4	3	3	3	4	2
65	4	4	4	2	4	2	5	1
66	4	4	4	3	4	2	4	2
67	4	5	4	4	4	3	4	2
68	4	4	4	4	4	4	4	2
69	4	5	4	4	5	2	5	2
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4	3	4	2
72	5	5	4	4	4	4	4	3
73	4	4	4	4	4	2	4	2
74	5	5	4	4	5	4	5	3
75	5	5	4	4	4	4	4	3
76	5	5	5	5	5	1	5	1
77	3	3	2	2	2	2	4	2
78	4	4	4	2	4	2	4	2
79	4	4	4	4	4	2	5	2
80	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	3	4	3
82	5	5	5	5	5	4	5	3
83	4	4	4	4	4	4	4	3
84	5	5	5	5	5	1	5	1
85	5	5	5	5	4	4	5	1
86	4	4	4	4	4	4	4	3
87	4	4	5	5	5	2	5	1
88	3	3	3	3	3	3	3	2
89	4	4	4	5	5	5	4	2
90	4	4	4	4	4	3	4	4
91	4	4	4	4	2	2	4	2
92	5	5	4	4	5	3	5	2
93	5	5	4	4	4	2	4	2
94	4	4	3	3	3	3	3	3
95	4	4	4	4	4	2	4	2
96	4	4	4	4	4	4	5	2
97	4	4	4	4	4	1	4	1
98	3	3	3	3	3	3	4	1
99	4	4	4	4	4	2	4	2
100	4	4	3	4	4	3	4	3

## Case Summaries

	Inform.5	Inform.6	Aman.1	Aman.2	Aman.3	Aman.4	Aman.5	Aman.6
101	4	4	4	4	4	2	5	2
102	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	3	4	3
104	5	5	5	5	5	4	5	3
105	5	4	4	2	4	2	2	2
106	4	4	4	4	4	2	4	2
107	4	4	4	4	4	4	4	2
108	4	4	4	4	4	4	4	2
109	4	4	5	5	5	2	5	2
110	4	4	4	4	4	4	4	2
111	4	4	4	4	4	4	4	2
112	4	4	4	4	4	4	4	2
113	4	4	4	4	5	5	5	2
114	4	4	5	5	5	5	4	2
115	4	4	4	4	4	4	4	2
116	4	4	4	4	4	4	4	2
117	4	4	4	4	4	4	4	2
118	4	4	4	4	4	4	4	2
119	4	4	4	4	4	4	4	2
120	4	4	4	4	4	4	4	2
121	4	5	4	4	4	2	4	2
122	5	5	5	5	5	1	5	1
123	4	4	4	4	4	3	5	2
124	5	5	5	5	5	3	5	3
125	5	5	4	4	4	1	4	1
126	4	4	4	4	4	2	4	1
127	5	5	4	4	4	3	4	2
128	4	4	4	4	4	2	5	2
129	4	4	4	4	4	2	4	2
130	5	5	4	4	4	4	4	2
131	5	5	5	4	4	2	4	2
132	4	4	4	4	4	4	4	2
133	5	5	4	4	4	4	4	1
134	5	5	5	5	5	3	5	1
135	5	5	5	5	5	5	5	1
136	5	5	5	5	5	2	5	1
137	5	5	4	4	4	1	4	1
138	5	5	4	4	4	2	5	2
139	4	4	4	4	4	2	5	2
140	4	5	4	4	4	4	4	2
141	5	5	5	5	5	4	5	3
142	5	5	5	5	5	1	5	1
143	5	5	4	4	4	4	4	3
144	4	4	4	4	4	4	4	2
145	5	5	4	4	4	2	4	2
146	5	5	5	5	5	5	5	2
147	5	5	4	4	5	2	5	2
148	5	5	4	4	5	3	5	3
149	4	5	5	5	5	2	5	2
150	4	5	5	4	4	3	5	3



Case Summaries

	Aman.7	Kom.1	Kom.2	Kom.3	Kom.4	Puas.1	Puas.2	Puas.3	Puas.4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	5	5	5	4	4	4	4
10	4	5	5	5	5	5	4	4	4
11	4	4	4	4	4	5	5	5	5
12	4	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	5	5	5	4	4	4	4
16	4	4	4	4	5	5	5	4	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	5	5	5	5	5	4	5
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5
20		4	4	4	5	5	4	4	5
21	4	4	5	5	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	5	5	5	4	4	4	4	4
24	4	5	5	5	4	5	5	5	5
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	5	4	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	5	5	4	4
29	5	4	4	4	4	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	4	5	4	4	5	5	4	4
32	4	5	5	5	4	5	5	4	4
33	5	5	5	4	4	5	4	4	5
34	5	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	5	4	5	4	4	4	5
36	5	5	5	5	4	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	5
40	4	4	4	4	5	4	4	4	4
41	5	4	4	4	4	5	5	5	5
42	5	5	5	5	4	4	4	4	4
43	5	3	3	3	3	5	5	5	5
44	5	4	5	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	5	4	4	4
46	5	4	5	4	4	5	4	4	4
47	5	4	4	4	5	5	4	4	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	5	3	5	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Aman.7	Kom.1	Kom.2	Kom.3	Kom.4	Puas.1	Puas.2	Puas.3	Puas.4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	5	5	5	5
54	4	5	5	5	4	4	4	5	4
55	4	5	5	5	5	4	4	4	4
56	4	5	5	5	5	4	4	4	4
57	3	4	4	4	4	3	3	3	3
58	4	5	5	5	4	5	5	5	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	5	5	5	4	5	5	5	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	4	4	4	4	2	2	3	2
63	4	5	5	5	5	5	5	5	5
64	3	4	4	4	4	3	3	3	3
65	2	5	5	4	4	5	5	5	4
66	2	5	5	5	4	5	5	4	5
67	4	5	4	5	5	4	4	4	4
68	4	5	5	5	5	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	5	5	5	5
71	4	5	5	4	4	5	5	5	4
72	4	4	5	4	4	4	4	4	4
73	4	5	5	5	4	4	4	4	4
74	5	4	4	4	5	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5	4
77	2	5	5	5	5	2	2	2	2
78	2	4	5	4	4	4	4	5	4
79	4	5	5	4	4	5	5	5	5
80	4	4	4	4	3	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	5	5	5	5	4	4	4	4
87	5	4	5	4	5	5	5	5	5
88	3	4	4	4	4	3	3	3	3
89	4	5	5	5	4	5	5	5	5
90	4	5	5	5	5	4	3	4	4
91	4	4	5	4	4	4	2	4	4
92	5	5	5	5	4	4	4	4	4
93	4	4	5	4	4	4	4	4	4
94	3	5	5	5	5	3	3	3	3
95	2	5	5	4	4	2	4	4	4
96	4	5	5	5	5	4	4	4	4
97	4	5	5	5	4	4	4	4	4
98	3	4	4	4	4	3	3	3	3
99	4	4	5	4	4	4	4	4	2
100	4	4	5	5	5	4	4	4	3

Case Summaries

	Aman.7	Kom.1	Kom.2	Kom.3	Kom.4	Puas.1	Puas.2	Puas.3	Puas.4
101	4	5	5	4	4	5	5	5	5
102	4	5	5	5	5	3	3	3	3
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	5	5	5	5	5	5	5	5	4
105	4	5	5	4	4	5	5	5	4
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	5	5	5	5	5	5	5	5
108	4	5	5	5	5	5	5	5	5
109	4	5	5	5	5	5	5	5	5
110	4	5	5	5	5	5	5	5	5
111	4	5	5	5	5	5	5	5	5
112	4	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	5	5	5	5	5	5	5	5
114	4	5	5	5	5	4	4	4	4
115	4	5	5	5	5	5	4	4	4
116	4	4	4	4	4	5	5	5	5
117	4	5	5	5	5	5	5	5	5
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	5	5	5	5	5	5	5	5
120	4	5	5	5	5	4	4	4	4
121	4	4	4	4	5	5	5	4	5
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	5	4	5	5	5	5	5	4	5
124	5	5	5	5	4	5	5	5	5
125	4	4	4	4	5	5	4	4	5
126	4	4	5	5	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	5	5	5	4	4	4	4	4
129	4	5	5	5	4	5	5	5	5
130	4	5	5	5	5	5	5	5	5
131	4	5	5	5	5	5	5	5	5
132	4	5	5	5	4	5	5	5	5
133	4	4	4	4	4	5	5	4	4
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5
136	5	4	5	4	4	5	5	4	4
137	4	5	5	5	4	5	5	4	4
138	5	5	5	4	4	5	4	4	5
139	5	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	5	4	5	4	4	4	5
141	5	5	5	5	4	5	5	5	5
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4	5	5	5	5
144	4	4	4	4	4	4	4	4	5
145	4	4	4	4	5	4	4	4	4
146	5	4	4	4	4	5	5	5	5
147	5	5	5	5	4	4	4	4	4
148	5	4	4	4	3	5	5	5	5
149	5	4	5	4	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	5	4	4	4

Case Summaries

	Aman.7	Kom.1	Kom.2	Kom.3	Kom.4	Puas.1	Puas.2	Puas.3	Puas.4
151	5	4	5	4	4	5	4	4	4
152	5	4	4	4	5	5	4	4	5
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4
155	5	3	5	4	4	4	4	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4	5	5	5	5
159	4	5	5	5	4	4	4	5	4
160	4	5	5	5	5	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	3	4	4	4	4	3	3	3	3
163	4	5	5	5	4	5	5	5	4
164	4	4	4	4	4	4	4	4	4
165	4	5	5	5	4	5	5	5	4
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4
167	3	4	4	4	4	2	2	3	2
168	4	5	5	5	5	5	5	5	5
169	3	4	4	4	4	3	3	3	3
170	2	5	5	4	4	5	5	5	4
171	2	5	5	5	4	5	5	4	5
172	4	5	4	5	5	4	4	4	4
173	4	5	5	5	5	4	4	4	4
174	4	5	5	5	5	5	5	5	5
175	4	5	5	5	5	5	5	5	5
176	4	5	5	5	5	5	5	5	5
177	4	5	5	5	5	5	5	5	5
178	4	5	5	5	5	5	5	5	5
179	4	5	5	5	5	5	5	5	5
180	4	5	5	5	5	5	5	5	5
181	4	5	5	5	5	4	4	4	4
182	4	5	5	5	5	5	4	4	4
183	4	4	4	4	4	5	5	5	5
184	4	5	5	5	5	5	5	5	5
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4
186	4	5	5	5	5	5	5	5	5
187	4	5	5	5	5	4	4	4	4
188	4	4	4	4	5	5	5	4	5
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	5	4	5	5	5	5	5	4	5
191	5	5	5	5	4	5	5	5	5
192	4	4	4	4	5	5	4	4	5
193	4	4	5	5	4	4	4	4	4
194	4	4	4	4	4	4	4	4	4
195	4	5	5	5	4	4	4	4	4
196	4	5	5	5	4	5	5	5	5
197	4	5	5	5	5	5	5	5	5
198	4	5	5	5	5	5	5	5	5
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	4	4	4	4	5	5	5	5

Case Summaries

	Percaya.1	Percaya.2	Percaya.3	Percaya.4	Percaya.5	Komit.1	Komit.2
1	3	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	4	4
3	5	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	4	4
16	5	4	5	5	5	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	5	5	5	4	5
19	5	5	5	5	5	4	5
20	4	4	4	4	5	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	4	4
27	5	5	5	5	5	4	4
28	5	4	5	5	5	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5
31	5	4	4	5	5	4	5
32	5	4	5	5	5	5	5
33	5	4	4	4	5	4	5
34	4	4	4	4	5	4	4
35	4	4	4	4	5	4	4
36	4	4	4	4	5	4	5
37	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	5	4	4
39	4	4	4	4	5	4	4
40	4	4	4	4	5	4	5
41	5	5	4	5	5	4	5
42	4	4	4	4	5	4	4
43	5	4	4	4	4	4	5
44	4	4	5	5	5	4	4
45	4	4	4	5	5	4	4
46	5	4	4	5	5	4	4
47	5	4	4	4	5	4	5
48	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4
50	4	3	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Percaya.1	Percaya.2	Percaya.3	Percaya.4	Percaya.5	Komit.1	Komit.2
51	3	3	3	3	3	3	3
52	4	4	4	4	4	4	4
53	5	4	5	5	5	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	3	3
57	3	3	3	3	3	3	3
58	5	5	5	5	5	4	4
59	4	4	4	4	4	5	5
60	4	4	4	4	5	4	4
61	4	4	4	4	4	3	3
62	3	3	3	3	3	2	2
63	5	4	5	4	5	4	4
64	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	5	5	5	4	4
66	5	5	5	4	4	4	2
67	4	4	4	4	4	1	4
68	4	4	4	4	4	3	3
69	4	4	4	4	5	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	5	4	4
72	4	4	4	4	5	4	4
73	5	5	5	5	5	4	5
74	4	4	4	4	5	4	4
75	4	4	4	4	5	4	4
76	5	4	5	5	5	5	5
77	3	3	3	3	3	2	2
78	4	4	4	4	4	2	2
79	5	4	5	4	5	5	5
80	3	3	3	3	3	3	3
81	4	4	5	4	5	4	4
82	5	4	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	3	3
84	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4
87	5	4	5	4	5	4	4
88	3	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	2	2
91	4	4	5	4	2	2	2
92	5	4	5	5	5	4	5
93	5	4	4	4	5	4	4
94	4	4	4	4	4	3	3
95	4	4	5	4	4	1	1
96	4	4	4	4	4	5	5
97	4	4	4	4	4	3	4
98	3	3	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4	2	2
100	4	4	4	4	4	3	4

Case Summaries

	Percaya.1	Percaya.2	Percaya.3	Percaya.4	Percaya.5	Komit.1	Komit.2
101	5	4	5	4	5	5	5
102	3	3	3	3	3	3	3
103	4	4	5	4	5	4	4
104	5	4	5	5	5	5	5
105	4	4	5	4	5	2	4
106	3	4	4	4	4	4	4
107	5	5	5	5	5	4	4
108	5	5	5	5	5	4	4
109	5	5	5	5	5	5	5
110	5	5	5	5	5	4	4
111	5	5	5	5	5	5	5
112	5	5	5	5	5	4	4
113	4	4	4	4	4	4	4
114	5	5	5	5	5	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4
120	5	5	5	5	5	4	4
121	5	4	5	5	5	4	4
122	5	5	5	5	5	5	5
123	4	4	5	5	5	4	5
124	5	5	5	5	5	4	5
125	4	4	4	4	5	4	5
126	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	3	4
128	4	4	4	4	4	4	4
129	5	5	5	5	5	4	4
130	4	4	4	4	4	4	4
131	5	5	5	5	5	4	4
132	5	5	5	5	5	4	4
133	5	4	5	5	5	4	4
134	5	5	5	5	5	5	5
135	5	5	5	5	5	5	5
136	5	4	4	5	5	4	5
137	5	4	5	5	5	5	5
138	5	4	4	4	5	4	5
139	4	4	4	4	5	4	4
140	4	4	4	4	5	4	4
141	4	4	4	4	5	4	5
142	5	5	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	5	4	4
144	4	4	4	4	5	4	4
145	4	4	4	4	5	4	5
146	5	5	4	5	5	4	5
147	4	4	4	4	5	4	4
148	5	4	4	4	4	4	5
149	4	4	5	5	5	4	4
150	4	4	4	5	5	4	4

Case Summaries

	Percaya.1	Percaya.2	Percaya.3	Percaya.4	Percaya.5	Komit.1	Komit.2
151	5	4	4	5	5	4	4
152	5	4	4	4	5	4	5
153	4	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4	4
155	4	3	4	4	4	4	4
156	3	3	3	3	3	3	3
157	4	4	4	4	4	4	4
158	5	4	5	5	5	4	4
159	4	4	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	3	3
162	3	3	3	3	3	3	3
163	5	5	5	5	5	4	4
164	4	4	4	4	4	5	5
165	4	4	4	4	5	4	4
166	4	4	4	4	4	3	3
167	3	3	3	3	3	2	2
168	5	4	5	4	5	4	4
169	3	3	3	3	3	3	3
170	4	4	5	5	5	4	4
171	5	5	5	4	4	4	2
172	4	4	4	4	4	4	4
173	3	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	4	4
175	5	5	5	5	5	4	4
176	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	4	4
178	5	5	5	5	5	5	5
179	5	5	5	5	5	4	4
180	4	4	4	4	4	4	4
181	5	5	5	5	5	4	4
182	4	4	4	4	4	4	4
183	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	4	4	4	4	4
186	4	4	4	4	4	4	4
187	5	5	5	5	5	4	4
188	5	4	5	5	5	4	4
189	5	5	5	5	5	5	5
190	4	4	5	5	5	4	5
191	5	5	5	5	5	4	5
192	4	4	4	4	5	4	5
193	4	4	4	4	4	4	4
194	4	4	4	4	4	3	4
195	4	4	4	4	4	4	4
196	5	5	5	5	5	4	4
197	4	4	4	4	4	4	4
198	5	5	5	5	5	4	4
199	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	5	5	5	5	5

Case Summaries

	Komit.3	Komit.4	Komit.5	Komit.6	Komit.7	WOM.1	WOM.2	WOM.3
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	5	5	5
9	4	4	4	4	4	5	5	5
10	4	4	4	4	4	5	5	5
11	4	4	4	4	4	5	5	5
12	4	4	4	4	4	5	5	5
13	4	4	4	4	4	5	5	5
14	4	4	4	4	4	5	5	5
15	4	4	4	4	4	5	5	5
16	4	3	4	4	4	4	4	4
17	4	5	5	5	5	5	4	5
18	4	3	4	4	4	4	4	4
19	3	3	4	4	4	5	4	5
20	4	4	5	5	4	4	4	4
21	3	4	4	4	4	4	4	4
22	2	3	4	4	4	4	4	4
23	4	3	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	5	5	5
25	4	4	4	5	5	5	5	5
26	4	4	4	4	5	5	5	5
27	4	4	4	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	5	5	5	5	4	5
30	5	4	5	5	5	5	4	5
31	3	3	4	4	4	4	4	4
32	4	5	5	5	5	5	4	4
33	4	4	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4
35	3	3	4	4	4	4	4	4
36	4	4	5	5	5	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	4	5
38	3	3	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	5	5	4	5	4	5
41	4	4	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	5	5	5	4	4	4
44	4	4	4	5	4	5	4	5
45	3	3	4	4	4	4	4	4
46	4	3	4	4	4	4	4	4
47	4	5	5	5	5	5	4	4
48	4	3	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	4	4
50	3	3	4	4	4	4	3	4

Case Summaries

	Komit.3	Komit.4	Komit.5	Komit.6	Komit.7	WOM.1	WOM.2	WOM.3
51	3	3	3	3	3	3	3	3
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	5	5	5	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	4	4	3	4	4	4
57	3	3	3	3	3	3	3	3
58	4	4	5	5	4	5	5	5
59	5	5	5	5	5	4	5	4
60	4	4	5	5	4	5	5	5
61	3	3	3	3	3	4	4	4
62	2	2	2	2	2	3	3	3
63	4	4	4	5	4	5	5	5
64	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	2	5	5	5
66	4	4	5	5	2	5	4	5
67	4	4	4	5	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	2	4	5	4	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	5	5	4	5	5	5
74	4	3	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	5	4
76	4	4	5	5	5	4	5	4
77	2	2	2	2	2	3	3	3
78	2	2	4	4	2	4	3	4
79	4	4	5	5	4	4	4	4
80	3	3	3	3	3	3	3	3
81	2	2	4	4	4	4	4	4
82	4	4	5	5	5	5	5	5
83	3	3	3	3	3	4	4	4
84	4	4	4	5	5	5	4	4
85	5	4	5	5	4	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	3	4
87	4	4	5	5	4	5	5	5
88	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	4	4	4	4	5	5	5
90	2	3	4	4	2	4	3	2
91	1	2	3	4	2	4	4	3
92	4	4	5	5	5	4	4	4
93	3	3	4	4	4	5	4	5
94	3	3	3	3	3	3	3	3
95	1	1	4	2	2	4	4	2
96	4	4	5	5	5	5	5	5
97	3	3	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3	3	3
99	4	4	2	4	3	4	3	2
100	3	2	4	4	3	4	3	4

Case Summaries

	Komit.3	Komit.4	Komit.5	Komit.6	Komit.7	WOM.1	WOM.2	WOM.3
101	4	4	5	5	4	4	4	4
102	3	3	3	3	3	3	3	3
103	2	2	4	4	4	4	4	4
104	4	4	5	5	5	5	5	5
105	4	2	4	5	2	5	5	5
106	4	4	4	4	4	4	4	4
107	5	5	5	5	5	5	5	5
108	4	4	4	5	4	5	5	5
109	5	5	5	5	5	5	5	5
110	4	4	4	4	4	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	5	5
112	5	5	5	5	5	6	5	5
113	4	4	4	4	4	5	5	5
114	4	4	4	4	4	5	5	5
115	4	4	4	4	4	5	5	5
116	4	4	4	4	4	5	5	5
117	4	4	4	4	4	5	5	5
118	4	4	4	4	4	5	5	5
119	4	4	4	4	4	5	5	5
120	4	4	4	4	4	5	5	5
121	4	3	4	4	4	4	4	4
122	4	5	5	5	5	5	4	5
123	4	3	4	4	4	4	4	4
124	3	3	4	4	4	5	4	5
125	4	4	5	5	4	4	4	4
126	3	4	4	4	4	4	4	4
127	2	3	4	4	4	4	4	4
128	4	3	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	5	5	5
130	4	4	4	5	5	5	5	5
131	4	4	4	4	5	5	5	5
132	4	4	4	5	5	5	5	5
133	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	5	5	5	5	4	5
135	5	4	5	5	5	5	4	5
136	3	3	4	4	4	4	4	4
137	4	5	5	5	5	5	4	4
138	4	4	5	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	3	3	4	4	4	4	4	4
141	4	4	5	5	5	4	4	4
142	5	5	5	5	5	5	4	5
143	3	3	4	4	4	4	4	4
144	4	4	4	4	4	4	4	4
145	4	4	5	5	4	5	4	5
146	4	4	5	5	5	5	5	5
147	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	5	5	5	4	4	4
149	4	4	4	5	4	5	4	5
150	3	3	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Komit.3	Komit.4	Komit.5	Komit.6	Komit.7	WOM.1	WOM.2	WOM.3
151	4	3	4	4	4	4	4	4
152	4	5	5	5	5	5	4	4
153	4	3	4	4	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4	4	4
155	3	3	4	4	4	4	3	4
156	3	3	3	3	3	3	3	3
157	4	4	4	4	4	4	4	4
158	4	5	5	5	4	4	4	4
159	4	4	4	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	3	1	4	3	4	4	4
162	3	3	3	3	3	3	3	3
163	4	4	5	5	4	5	5	5
164	5	5	5	5	5	4	5	4
165	4	4	5	5	4	5	5	5
166	3	3	3	3	3	4	4	4
167	2	2	2	2	2	3	3	3
168	4	4	4	5	4	5	5	5
169	3	3	3	3	3	3	3	3
170	4	4	4	4	2	5	5	5
171	4	4	5	5	2	5	4	5
172	4	4	4	5	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5	5	5
175	4	4	4	5	4	5	5	5
176	5	5	5	5	5	5	5	5
177	4	4	4	4	4	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	5	5
179	5	5	5	5	5	5	5	5
180	4	4	4	4	4	5	5	5
181	4	4	4	4	4	5	5	5
182	4	4	4	4	4	5	5	5
183	4	4	4	4	4	5	5	5
184	4	4	4	4	4	5	5	5
185	4	4	4	4	4	5	5	5
186	4	4	4	4	4	5	5	5
187	4	4	4	4	4	5	5	5
188	4	3	4	4	4	4	4	4
189	4	5	5	5	5	5	4	5
190	4	3	4	4	4	4	4	4
191	3	3	4	4	4	5	4	5
192	4	4	5	5	4	4	4	4
193	3	4	4	4	4	4	4	4
194	2	3	4	4	4	4	4	4
195	4	3	4	4	4	4	4	4
196	4	4	4	4	4	5	5	5
197	4	4	4	5	5	5	5	5
198	4	4	4	4	5	5	5	5
199	4	4	5	5	5	5	4	5
200	5	4	5	5	5	5	4	5

Case Summaries

	WOM.4	WOM.5	WOM.6	Niat.1	Niat.2	Niat.3
1	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	4	4	4
3	5	5	5	4	4	2
4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4
6	5	5	5	4	4	4
7	5	5	5	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5
9	5	5	4	4	4	4
10	5	5	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	4	4	4
13	5	5	4	4	4	4
14	5	5	4	4	4	4
15	5	5	4	4	4	4
16	5	5	4	4	4	5
17	5	5	4	5	5	5
18	4	4	4	4	4	5
19	5	4	4	4	4	4
20	5	5	4	4	4	5
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	5
23	4	4	5	4	4	4
24	5	5	5	4	4	4
25	5	5	5	4	4	4
26	5	5	4	5	5	4
27	5	5	5	4	4	2
28	5	5	4	4	4	5
29	5	5	4	5	5	5
30	5	5	3	5	5	5
31	5	4	4	4	4	5
32	5	5	5	5	5	5
33	5	5	4	5	5	5
34	5	5	5	4	4	5
35	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	4	5
37	5	5	4	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	4	4	5
40	5	5	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5
44	5	5	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	5
46	5	4	5	4	4	4
47	5	4	4	5	5	5
48	5	5	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4
50	5	5	4	4	4	4

Case Summaries

	WOM.4	WOM.5	WOM.6	Niat.1	Niat.2	Niat.3
51	3	3	3	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	5	5	4
54	4	4	3	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4
57	3	3	3	3	3	3
58	5	5	4	4	4	4
59	4	5	4	4	4	4
60	5	5	4	5	5	4
61	4	4	4	4	4	4
62	3	3	3	3	3	2
63	5	5	4	4	4	4
64	3	3	3	3	3	3
65	5	5	4	4	4	4
66	5	5	2	5	5	2
67	5	5	5	5	4	5
68	4	4	4	4	4	2
69	4	4	4	4	4	5
70	4	4	4	5	5	5
71	5	4	4	4	4	4
72	4	4	3	4	4	4
73	5	5	1	4	4	2
74	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	4	1	4
76	5	4	4	5	4	5
77	3	3	3	2	2	2
78	5	5	2	2	2	2
79	4	4	4	4	4	2
80	3	3	3	3	3	3
81	4	4	2	4	4	4
82	5	5	4	5	4	5
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	5	5	5
85	5	5	2	5	5	1
86	3	3	3	4	4	4
87	5	5	4	5	5	5
88	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4
90	5	5	4	2	2	2
91	4	4	4	2	2	2
92	4	4	4	5	5	5
93	4	4	4	4	4	5
94	3	3	3	3	3	3
95	4	5	4	2	2	2
96	5	5	5	4	4	4
97	4	4	3	4	4	4
98	3	3	3	3	3	3
99	4	5	4	2	2	4
100	5	5	4	4	4	5

Case Summaries

	WOM.4	WOM.5	WOM.6	Niat.1	Niat.2	Niat.3
101	4	4	4	4	4	2
102	3	3	3	3	3	3
103	4	4	2	4	4	4
104	5	5	4	5	4	5
105	4	5	4	4	2	2
106	4	4	4	4	4	4
107	5	5	5	4	4	4
108	5	5	5	4	4	2
109	5	5	5	5	5	5
110	5	4	4	4	4	4
111	5	5	5	4	4	4
112	5	5	5	4	4	4
113	5	5	5	5	5	5
114	5	5	4	4	4	4
115	5	5	4	4	4	4
116	5	5	5	5	5	5
117	5	5	4	4	4	4
118	5	5	4	4	4	4
119	5	5	4	4	4	4
120	5	5	4	4	4	4
121	5	5	4	4	4	5
122	5	5	4	5	5	5
123	4	4	4	4	4	5
124	5	4	4	4	4	4
125	5	5	4	4	4	5
126	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	5
128	4	4	5	4	4	4
129	5	5	5	4	4	4
130	5	5	5	4	4	4
131	5	5	4	5	5	4
132	5	5	5	4	4	2
133	5	5	4	4	4	5
134	5	5	4	5	5	5
135	5	5	3	5	5	5
136	5	4	4	4	4	5
137	5	5	5	5	5	5
138	5	5	4	5	5	5
139	5	5	5	4	4	5
140	4	4	4	4	4	4
141	5	5	5	5	4	5
142	5	5	4	5	5	5
143	4	4	4	4	4	4
144	5	5	5	4	4	5
145	5	5	4	4	4	4
146	5	5	5	5	5	5
147	5	5	4	4	4	4
148	5	5	5	5	5	5
149	5	5	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	5

Case Summaries

	WOM.4	WOM.5	WOM.6	Niat.1	Niat.2	Niat.3
151	5	4	5	4	4	4
152	5	4	4	5	5	5
153	5	5	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4
155	5	5	4	4	4	4
156	3	3	3	4	4	4
157	4	4	4	4	4	4
158	4	4	4	5	5	4
159	4	4	3	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	4	4
162	3	3	3	3	3	3
163	5	5	4	4	4	4
164	4	5	4	4	4	4
165	5	5	4	5	5	4
166	4	4	4	4	4	4
167	3	3	3	3	3	2
168	5	5	4	4	4	4
169	3	3	3	3	3	3
170	5	5	4	4	4	4
171	5	5	2	5	5	2
172	5	5	5	5	4	5
173	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	4	4	4
175	5	5	5	4	4	2
176	5	5	5	5	5	5
177	5	4	4	4	4	4
178	5	5	5	4	4	4
179	5	5	5	4	4	4
180	5	5	5	5	5	5
181	5	5	4	4	4	4
182	5	5	4	4	4	4
183	5	5	5	5	5	5
184	5	5	4	4	4	4
185	5	5	4	4	4	4
186	5	5	4	4	4	4
187	5	5	4	4	4	4
188	5	5	4	4	4	5
189	5	5	4	5	5	5
190	4	4	4	4	4	5
191	5	4	4	4	4	4
192	5	5	4	4	4	5
193	4	4	4	4	4	4
194	4	4	4	4	4	5
195	4	4	5	4	4	4
196	5	5	5	4	4	4
197	5	5	5	4	4	4
198	5	5	4	5	5	4
199	5	5	4	5	5	5
200	5	5	3	5	5	5



**LAMPIRAN 3**  
**ANALISIS VALIDITAS**  
**DAN REABILITAS**

**TABEL DISTRIBUSI R**

<b>Df</b>	<b>5%</b>	<b>DF</b>	<b>5%</b>	<b>DF</b>	<b>5%</b>	<b>DF</b>	<b>5%</b>
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138

## Kemudahan berbelanja

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	7

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mudah.1	26.05	8.506	.893	.951
Mudah.2	26.15	8.627	.847	.955
Mudah.3	26.10	8.549	.900	.950
Mudah.4	26.18	8.651	.767	.961
Mudah.5	26.11	8.762	.829	.956
Mudah.6	26.07	8.498	.906	.950
Mudah.7	26.06	8.545	.883	.952

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.45	11.616	3.408	7

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Inform.1	20.94	5.408	.867	.897
Inform.2	21.18	6.279	.578	.935
Inform.3	20.91	5.735	.829	.903
Inform.4	20.97	5.808	.775	.910
Inform.5	20.88	5.507	.852	.899
Inform.6	20.81	5.562	.785	.909

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.14	8.107	2.847	6

## Keamanan

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.650	7

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aman.1	21.84	5.793	.570	.572
Aman.2	21.92	5.226	.699	.524
Aman.3	21.83	5.428	.666	.540
Aman.4	22.90	5.612	.110	.760
Aman.5	21.67	6.080	.390	.610
Aman.6	23.98	6.844	.025	.708
Aman.7	21.89	5.359	.557	.557

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.01	7.412	2.723	7

## Keamanan

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aman.1	16.71	3.867	.756	.874
Aman.2	16.79	3.483	.825	.857
Aman.3	16.70	3.630	.808	.862
Aman.5	16.54	3.948	.633	.898
Aman.7	16.75	3.455	.733	.881

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.87	5.601	2.367	5

## Komunikasi

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kom.1	13.61	1.677	.798	.805
Kom.2	13.49	1.839	.732	.833
Kom.3	13.61	1.657	.863	.778
Kom.4	13.71	1.988	.531	.911

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.14	3.052	1.747	4

## Kepuasan pelanggan

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Puas.1	13.16	3.378	.890	.924
Puas.2	13.23	3.334	.911	.917
Puas.3	13.26	3.671	.857	.935
Puas.4	13.26	3.500	.833	.942

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.64	6.062	2.462	4

# Kepercayaan

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Percaya.1	17.39	4.700	.872	.926
Percaya.2	17.53	5.065	.820	.936
Percaya.3	17.38	4.788	.873	.926
Percaya.4	17.39	4.743	.905	.920
Percaya.5	17.22	4.836	.775	.945

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.73	7.437	2.727	5

## Komitmen

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	7

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Komit.1	24.14	13.649	.859	.924
Komit.2	24.00	13.417	.793	.930
Komit.3	24.29	13.755	.764	.932
Komit.4	24.32	13.644	.758	.933
Komit.5	23.90	14.034	.810	.929
Komit.6	23.81	13.856	.808	.928
Komit.7	24.03	13.270	.816	.928

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.08	18.406	4.290	7

## WOM

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WOM.1	21.84	7.351	.863	.881
WOM.2	21.98	7.422	.798	.890
WOM.3	21.90	7.206	.801	.889
WOM.4	21.70	7.395	.835	.885
WOM.5	21.75	7.515	.788	.891
WOM.6	22.19	8.278	.478	.936

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.27	10.653	3.264	6

## Niat beli ulang

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Niat.1	8.18	1.834	.815	.685
Niat.2	8.22	1.861	.801	.700
Niat.3	8.24	1.588	.568	.966

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.32	3.664	1.914	3



**LAMPIRAN 4**

**ANALISIS PERSENTASE DAN**

**DESKRIPTIF**

## Frequencies

### Frequency Table

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 24 tahun	87	43.5	43.5	43.5
	25 - 40 tahun	81	40.5	40.5	84.0
	> 40 tahun	32	16.0	16.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

#### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	87	43.5	43.5	43.5
	PNS	4	2.0	2.0	45.5
	Pegawai Swasta	22	11.0	11.0	56.5
	Wiraswasta	33	16.5	16.5	73.0
	Lainnya	54	27.0	27.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

#### Status pernikahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum menikah	96	48.0	48.0	48.0
	Sudah menikah	104	52.0	52.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

#### Jumlah grup Blackberry-shop yang diikuti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	5.0	5.0	5.0
	2	69	34.5	34.5	39.5
	3	63	31.5	31.5	71.0
	4	41	20.5	20.5	91.5
	5	13	6.5	6.5	98.0
	6	1	.5	.5	98.5
	7	1	.5	.5	99.0
	8	1	.5	.5	99.5
	10	1	.5	.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Pakaian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	53	26.5	26.5	26.5
	Ya	147	73.5	73.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Sepatu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	152	76.0	76.0	76.0
	Ya	48	24.0	24.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Fashion**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	95	47.5	47.5	47.5
	Ya	105	52.5	52.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Tas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	109	54.5	54.5	54.5
	Ya	91	45.5	45.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Aksesoris**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	139	69.5	69.5	69.5
	Ya	61	30.5	30.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Alat.makan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	180	90.0	90.0	90.0
	Ya	20	10.0	10.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Jenis.Lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	185	92.5	92.5	92.5
	Ya	15	7.5	7.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Pengeluaran rata-rata setiap bulan untuk belanja melalui Blacberry-shop**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 50.000	8	4.0	4.0	4.0
	Rp 50.000 - < Rp 100.000	51	25.5	25.5	29.5
	Rp 100.000 - < Rp 150.000	74	37.0	37.0	66.5
	>= Rp 150.000	67	33.5	33.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Frekuensi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	38	19.0	19.0	19.0
	2	57	28.5	28.5	47.5
	3	37	18.5	18.5	66.0
	4	29	14.5	14.5	80.5
	5	19	9.5	9.5	90.0
	6	9	4.5	4.5	94.5
	7	2	1.0	1.0	95.5
	8	1	.5	.5	96.0
	10	5	2.5	2.5	98.5
	12	1	.5	.5	99.0
	15	2	1.0	1.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting BBM)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	3	1.5	1.5	1.5
	Ya	197	98.5	98.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting YM)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	139	69.5	69.5	69.5
	Ya	61	30.5	30.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting WhatsApp)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	177	88.5	88.5	88.5
	Ya	23	11.5	11.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting Google Talk)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	192	96.0	96.0	96.0
	Ya	8	4.0	4.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting Facebook)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	118	59.0	59.0	59.0
	Ya	82	41.0	41.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting My Space)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	196	98.0	98.0	98.0
	Ya	3	1.5	1.5	99.5
	2	1	.5	.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Chatting Lainnya)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	194	97.0	97.0	97.0
	Ya	6	3.0	3.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Email)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	164	82.0	82.0	82.0
	Ya	36	18.0	18.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan (Browsing)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	137	68.5	68.5	68.5
	Ya	63	31.5	31.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**Fasilitas Blackberry yang digunakan lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	200	100.0	100.0	100.0

Selain sebagai konsumen, apakah anda juga berperan sebagai penjual dalam suatu BB-shop

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	28	14.0	14.0	14.0
	Tidak	172	86.0	86.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

# Kemudahan Berbelanja

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Mudah.1	200	4,40	,541
Mudah.2	200	4,31	,542
Mudah.3	200	4,36	,530
Mudah.4	200	4,27	,582
Mudah.5	200	4,34	,525
Mudah.6	200	4,38	,536
Mudah.7	200	4,39	,539
Kemudahan berbelanja	200	4,3500	,48688
Valid N (listwise)	200		

# Ketersediaan Informasi

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Inform.1	200	4,20	,585
Inform.2	200	3,96	,533
Inform.3	200	4,23	,528
Inform.4	200	4,17	,538
Inform.5	200	4,26	,569
Inform.6	200	4,32	,593
Ketersediaan inform	200	4,1892	,47456
Valid N (listwise)	200		

# Keamanan

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Aman.1	200	4,17	,499
Aman.2	200	4,08	,579
Aman.3	200	4,17	,544
Aman.4	200	3,11	1,106
Aman.5	200	4,33	,541
Aman.6	200	2,02	,690
Aman.7	200	4,12	,638
Keamanan	200	4,1740	,47333
Valid N (listwise)	200		

# Komunikasi

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Kom.1	200	4,53	,530
Kom.2	200	4,64	,490
Kom.3	200	4,53	,510
Kom.4	200	4,43	,526
Komunikasi	200	4,5338	,43675
Valid N (listwise)	200		

# Kepuasan

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Puas.1	200	4,48	,680
Puas.2	200	4,41	,681
Puas.3	200	4,37	,613
Puas.4	200	4,37	,676
Kepuasan	200	4,4087	,61553
Valid N (listwise)	200		

# Kepercayaan

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Percaya.1	200	4,34	,622
Percaya.2	200	4,20	,558
Percaya3	200	4,35	,599
Percaya.4	200	4,33	,594
Percaya.5	200	4,51	,642
Kepercayaan	200	4,3450	,54540
Valid N (listwise)	200		

# Komitmen

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Komit.1	200	3,94	,677
Komit.2	200	4,08	,759
Komit.3	200	3,79	,727
Komit.4	200	3,77	,750
Komit.5	200	4,19	,650
Komit.6	200	4,28	,679
Komit.7	200	4,04	,765
Komitmen	200	4,0114	,61288
Valid N (listwise)	200		

# WOM

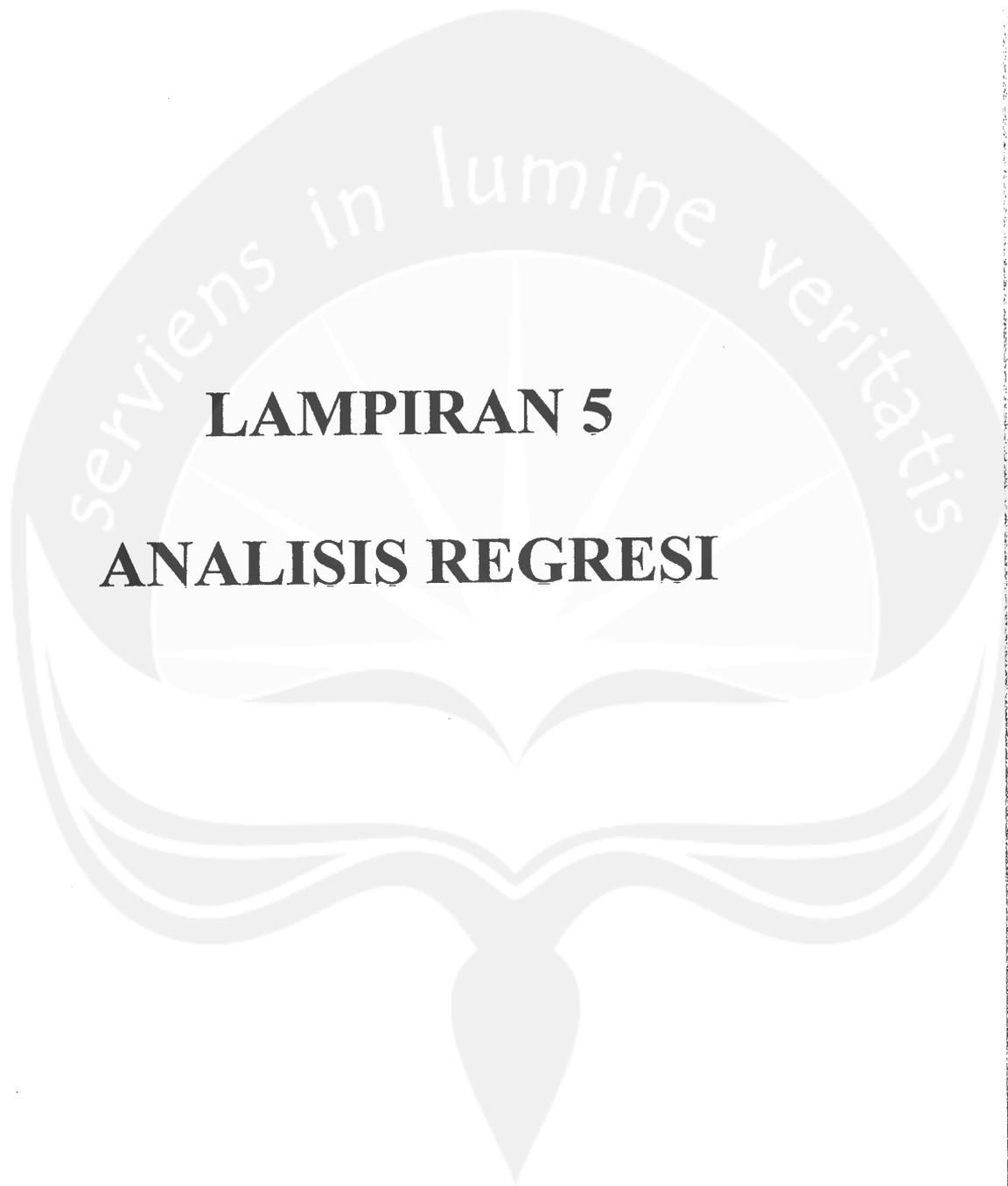
## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
WOM.1	200	4,43	,623
WOM.2	200	4,29	,647
WOM.3	200	4,37	,690
WOM.4	200	4,57	,630
WOM.5	200	4,53	,634
WOM.6	200	4,08	,690
WOM	200	4,3792	,54397
Valid N (listwise)	200		

# Niat Beli Ulang

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Niat.1	200	4,14	,642
Niat.2	200	4,10	,639
Niat.3	200	4,08	,893
Niat beli ulang	200	4,1050	,63806
Valid N (listwise)	200		



## **LAMPIRAN 5**

# **ANALISIS REGRESI**

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Komunikasi, Ketersediaan informasi, Kemudahan <sup>a</sup> berbelanja, Keamanan		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 <sup>a</sup>	.505	.495	.43747

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Ketersediaan informasi, Kemudahan berbelanja, Keamanan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.079	4	9.520	49.743	.000 <sup>a</sup>
	Residual	37.319	195	.191		
	Total	75.397	199			

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Ketersediaan informasi, Kemudahan berbelanja, Keamanan

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1.324	.432		-3.064	.002
	Kemudahan berbelanja	.340	.072	.269	4.757	.000
	Ketersediaan informasi	.442	.093	.341	4.770	.000
	Keamanan	.195	.089	.150	2.198	.029
	Komunikasi	.349	.072	.248	4.818	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan pelanggan <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepercayaan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	.510	.507	.38285

a. Predictors: (Constant), Kepuasan pelanggan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.173	1	30.173	205.848	.000 <sup>a</sup>
	Residual	29.022	198	.147		
	Total	59.195	199			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan pelanggan

b. Dependent Variable: Kepercayaan

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.556	.196			7.928	.000
	Kepuasan pelanggan	.633	.044	.714		14.347	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Kepuasan <sup>a</sup> pelanggan		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Komitmen

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.541	.537	.41712

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kepuasan pelanggan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.474	2	20.237	116.311	.000 <sup>a</sup>
	Residual	34.276	197	.174		
	Total	74.749	199			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kepuasan pelanggan

b. Dependent Variable: Komitmen

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.376	.245			1.532	.127
	Kepuasan pelanggan	.471	.069	.474		6.872	.000
	Kepercayaan	.358	.077	.319		4.628	.000

a. Dependent Variable: Komitmen

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Komitmen, Kepercayaan, Kepuasan pelanggan		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: WOM

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 <sup>a</sup>	.630	.624	.33336

a. Predictors: (Constant), Komitmen, Kepercayaan, Kepuasan pelanggan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.105	3	12.368	111.299	.000 <sup>a</sup>
	Residual	21.781	196	.111		
	Total	58.885	199			

a. Predictors: (Constant), Komitmen, Kepercayaan, Kepuasan pelanggan

b. Dependent Variable: WOM

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.901	.197			4.565	.000
	Kepuasan pelanggan	.356	.061	.403		5.829	.000
	Kepercayaan	.247	.065	.248		3.790	.000
	Komitmen	.209	.057	.235		3.662	.000

a. Dependent Variable: WOM

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	WOM <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Niat beli ulang

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.478 <sup>a</sup>	.228	.224	.56203

a. Predictors: (Constant), WOM

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.473	1	18.473	58.482	.000 <sup>a</sup>
	Residual	62.544	198	.316		
	Total	81.017	199			

a. Predictors: (Constant), WOM

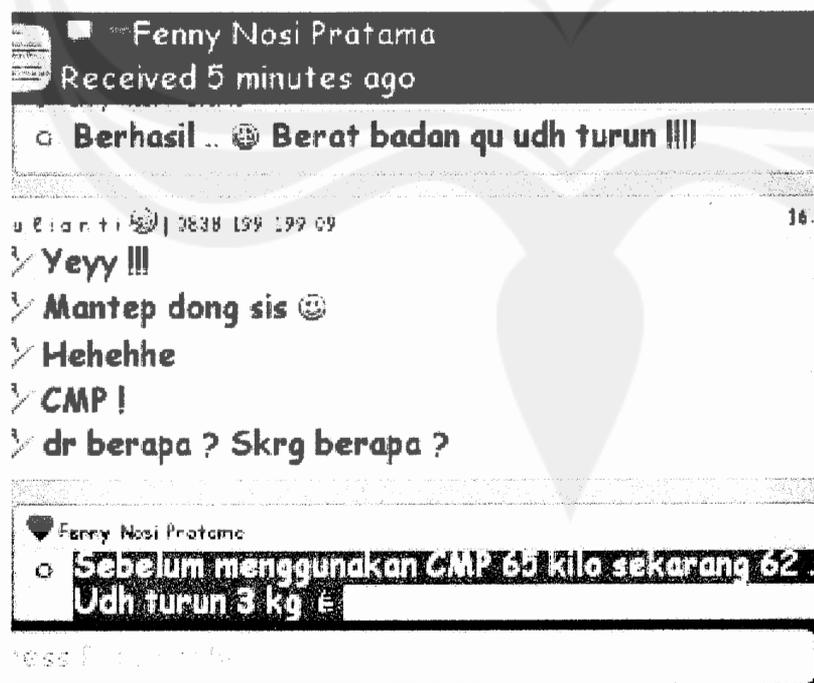
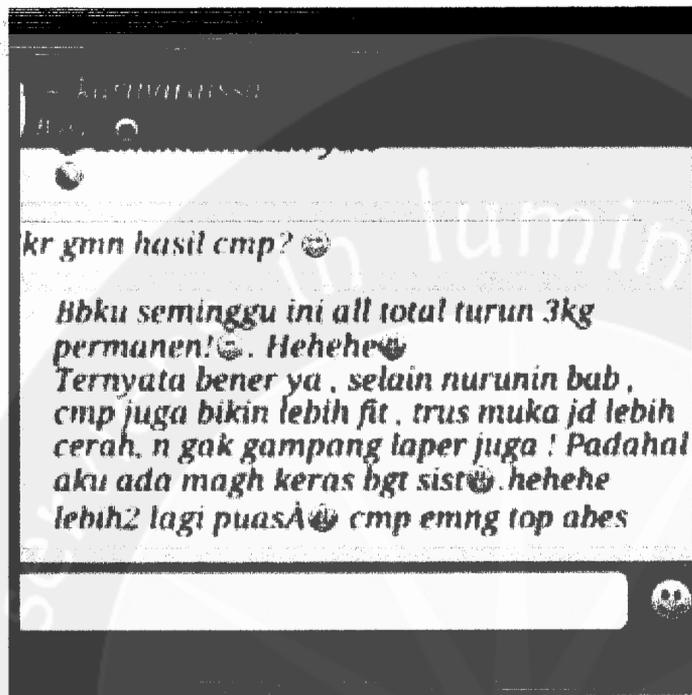
b. Dependent Variable: Niat beli ulang

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.652	.323			5.112	.000
	WOM	.560	.073	.478		7.647	.000

a. Dependent Variable: Niat beli ulang

## CONTOH WOM DALAM BLACKBERRY



## PROSES PENGUMPULAN DATA



## PROSES PENGUMPULAN DATA

