

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dorongan untuk membeli secara impulsif berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil t-statistik yang  $> 1.96$ , hasil *p-values* yang  $< 0.05$  dan hasil dari *path coefficient* yang positif.
2. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *browsing* berpengaruh positif terhadap dorongan untuk membeli secara impulsif pada pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil t-statistik yang  $> 1.96$ , *p-values* yang  $< 0.05$  dan hasil dari *path coefficient* yang positif.
3. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai utilitarian pada ulasan *online* berpengaruh positif terhadap *browsing* pada pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil t-statistik yang  $> 1.96$ , *p-values* yang  $< 0.05$  dan hasil dari *path coefficient* yang positif.
4. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai hedonis pada ulasan *online* berpengaruh positif terhadap *browsing* pada pengguna Shopee di

Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil t-statistik yang  $> 1.96$ , *p-values* yang  $< 0.05$  dan hasil dari *path coefficient* yang positif.

5. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh nilai utilitarian pada *browsing* lebih besar untuk konsumen *low impulsiveness* bagi pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficients* untuk *low impulsiveness* lebih besar dibandingkan yang *high impulsiveness* ( sebesar  $0.322 > 0.274$ ). Selain itu, hasil dari *p-values* juga menunjukkan  $< 0.05$  dan hasil t-statistik yang  $> 1.96$ .
6. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh nilai hedonis pada *browsing* lebih besar untuk konsumen *high impulsiveness* bagi pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficients* untuk *high impulsiveness* lebih besar dibandingkan yang *low impulsiveness* ( sebesar  $0.541 > 0.262$ ). Selain itu, hasil dari *p-values* juga menunjukkan  $< 0.05$  dan hasil t-statistik yang  $> 1.96$ .
7. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh *browsing* pada dorongan untuk membeli secara impulsif lebih besar untuk konsumen *high impulsiveness* bagi pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficients* untuk *high impulsiveness* lebih besar dibandingkan yang *low impulsiveness* ( sebesar  $0.541 > 0.262$ ). Selain itu, hasil dari *p-values* juga menunjukkan  $< 0.05$  dan hasil t-statistik yang  $> 1.96$ .
8. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh dorongan untuk membeli secara impulsif pada perilaku pembelian impulsif lebih besar

untuk konsumen *high impulsiveness* bagi pengguna Shopee di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari nilai *path coefficients* untuk *high impulsiveness* lebih besar dibandingkan yang *low impulsiveness* (sebesar  $0.629 > 0.472$ ). Selain itu, hasil dari *p-values* juga menunjukkan  $< 0.05$  dan hasil t-statistik yang  $> 1.96$ .

## 5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Yogyakarta ditemukan bahwa konsumen pengguna Shopee memiliki dorongan untuk membeli secara impulsif maka akan cenderung berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif mereka. Semakin tinggi dorongan untuk membeli secara impulsif maka semakin memungkinkan meningkatkan perilaku pembelian impulsif mereka. Hal ini diharapkan menjadi perhatian penting bagi *e-commerce* Shopee yang ingin meningkatkan pangsa pasar di Yogyakarta bahwa pentingnya meningkatkan rangsangan internal seperti promosi dan program lainnya yang ada di Shopee yang dapat memicu dorongan untuk membeli secara impulsif yang nantinya berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. Selain itu, ditemukannya dorongan untuk membeli secara impulsif terhadap perilaku pembelian impulsif yang cenderung lebih besar pada aplikasi dibandingkan website, maka menjadi perhatian penting bagi Shopee untuk membuat kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen untuk tetap setia menggunakan aplikasi Shopee. Konsumen ini adalah konsumen dengan *high impulsiveness*.

Selanjutnya, dari hasil penelitian yang dilakukan di Yogyakarta ditemukan bahwa terdapat kaitan antara aktivitas *browsing* dengan dorongan untuk membeli secara impulsif. Untuk tetap mempertahankan pangsa pasar di Yogyakarta, Shopee perlu memaksimalkan ide-ide agar konsumen semakin tertarik dalam melakukan *browsing* di Shopee. Kemudahan akses informasi, fitur yang menarik dari Shopee memungkinkan konsumen untuk memunculkan hasrat untuk membeli secara *online*. Konsumen ini adalah konsumen dengan *high impulsiveness*.

Kemudian, dari hasil penelitian yang dilakukan di Yogyakarta ditemukan bahwa nilai utilitarian pada ulasan *online* berpengaruh positif terhadap *browsing*. Di sini, Shopee perlu menggarisbawahi bahwa perlunya tambahan template ulasan dimana konsumen sebelumnya dapat mengirimkan ulasan dengan sebanyak-banyaknya dan *detail*. Penting bagi *seller* untuk menyuruh konsumen untuk memberikan ulasan produk yang telah dibeli dengan sejujur-jujurnya karena hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan calon konsumen untuk melakukan pembelian di Shopee. Dengan berbagai kelengkapan terkait produk yang dijual lebih meningkatkan pangsa pasar konsumen di Yogyakarta. Konsumen ini adalah konsumen dengan *low impulsiveness*.

Lalu, dari hasil penelitian yang dilakukan di Yogyakarta ditemukan bahwa nilai hedonis pada ulasan *online* berpengaruh positif terhadap *browsing*. Untuk mempertahankan serta meningkatkan pasar di Yogyakarta, penting bagi Shopee meningkatkan ide-idenya untuk memberikan kepada konsumen rasa kesenangan ketika melakukan aktivitas *browsing* di Shopee karena ketika konsumen menerima kesenangan dan kenikmatan dari berbelanja di Shopee dan ditambah faktor ulasan

*online* yang begitu lengkap dan menarik, dan memungkinkan adanya penyaringan ulasan berdasarkan preferensi yang nantinya mereka dapat mengidentifikasi ulasan yang paling menyenangkan maka mereka akan cenderung akan menghabiskan waktu untuk *browsing* di Shopee. Lalu perlunya tambahan ulasan konsumen sebelumnya berupa video karena dapat meningkatkan pengalaman nyata dan waktu yang dihabiskan untuk membaca ulasan yang nantinya dapat menciptakan nilai hedonis yang tinggi dan mendorong konsumen yang impulsif untuk *browsing* di Shopee dan akhirnya mengembangkan perilaku impulsif mereka. Konsumen ini adalah konsumen dengan *high impulsiveness*.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya ditujukan untuk orang-orang yang sering melakukan belanja secara *online* di Shopee selama 1 tahun terakhir.
2. Dalam proses mencari data, peneliti hanya memfokuskan pada beberapa titik di Yogyakarta dan tidak menjangkau daerah lain di luar Yogyakarta.
3. Data yang dikumpulkan merupakan hasil kuesioner secara *online* melalui *Google Docs* sehingga rentan terhadap bias.
4. Pengujian hanya berfokus pada nilai utilitarian dan nilai hedonis. Sedangkan persepsi nilai yang dirasakan konsumen yang lain yaitu nilai nilai emosional, nilai kondisional, nilai sosial, dan nilai epistemic tidak diikutsertakan dalam pengujian.

5. Masing-masing item pernyataan untuk variabel dorongan untuk membeli secara impulsif, impulsif, dan perilaku pembelian impulsif dalam kuesioner tidak ada kata “Shopee” seperti pada pernyataan variabel nilai utilitarian, nilai hedonis, dan *browsing*.

#### 5.4 Saran Penelitian

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan banyak *e-commerce* lainnya .
2. Dalam proses mencari data, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menjangkau menjangkau daerah lain di luar Yogyakarta bahkan lingkup seluruh Indonesia.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan mendapat data hasil baik *online* maupun *offline* yang kemungkinan mengurangi kerentanan terhadap bias.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengujian tidak hanya berfokus pada nilai utilitarian dan nilai hedonis. Tetapi, persepsi nilai yang dirasakan konsumen yang lain yaitu nilai nilai emosional, nilai kondisional, nilai sosial, dan nilai epistemic dapat diikutsertakan dalam pengujian.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah kata “Shopee” untuk masing-masing item pernyataan pada variabel dorongan untuk membeli secara impulsif, impulsif, dan perilaku pembelian impulsif seperti pada pernyataan variabel nilai utilitarian, nilai hedonis, dan *browsing*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdelsalam, A., Alias, R.A., Salim, N., Husain, O. (2019). Understanding Consumer's Online Impulse Buying Behavior in Social Commerce. *Twenty-Third Pacific Asia Conference on Information Systems, China 2019*
- Chung, N., Song, H., Lee, H. 2017." Consumers' impulsive buying behavior of restaurant products in social commerce". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol.29 No.2, 2017 pp.709-731.
- Fan, Z., dan Zhang P. (2015). Impact of online reviews on impulsive buying intention based on regulatory focus theory. *International Conference on Education Technology, Management and Humanities Science (ETMHS 2015)*.
- Ghozali, I., dan Latan H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (Untuk Penelitian Empiris)*. Semarang: UNDIP.
- Gültekin, B. dan Özer, L. (2012), "The influence of hedonic motives and browsing on impulse buying", *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 4 No. 3, pp. 180-189.

- Habib, M.D. dan Qayyum., A., (2018). Cognitive Emotion Theory and Emotion-Action Tendency in Online Impulsive Buying Behavior. *Journal of Management Sciences Vol. 5(1): 86-99, 2018*
- Haryono, Siswoyo (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hashmi, H., Attiq, S., Rasheed, F. (2019). Factors Affecting Online Impulsive Buying Behavior: A Stimulus Organism Response Model Approach. *Market Forces College of Management Sciences Volume 14, Issue 1 June 2019.*
- Jaya, M. dan Sumertajaya, M. (2008), Persamaan Pemodelan Struktural dengan Patial Least Square, Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika. (Tidak dipublikasikan)
- Kazempour Y., dan Lotfizadeh F. (2017). “The Impact of Situational Factors (Store, Personal) on Urge to Buy Impulsively and Impulsive Buying Behavior”. *European Journal of Business and Innovation Research Vol.5, No.4, pp.12-27, August 2017*
- Liu, C.H., Hsu, K.T. (2017). Key Factors In Impulse Buying: Evidence From Taiwan. *Global Journal of Business Research Vol. 11, No. 3, 2017, pp. 73-86 ISSN: 1931-0277 (print) ISSN: 2157-0191 (online)*
- Park, E.J., Kim, E.Y., Funches, V.M., Foxx, W. (2012). Apparel Product Attributes, Web Browsing, and E-Impulse Buying on Shopping Websites. *Journal of Business Research 1583-1589.*



- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016), *Research Methods For Bussines : a Skill Building Approach* (Seventh Edition). United Kingdom : Wiley
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Verhagen, T., Dolen W.V. (2011). The Influence of Online Store Beliefs on Consumer Online Impulse Buying: A Model and Empirical Application. *Information & Management Journal* 48 (2011) 320-327.
- Wadera, D., Sharma, V.(2018).Impulsive Buying Behavior in Online Fashion Apparel Shopping: An Investigation of the Influence of the Internal and External Factors among Indian Shoppers. *South Asian Journal of Management* Vol. 25 No. 3.
- Wahab, Z., Shihab, M.S., Hanafi, A., Febria, H.M. (2018). The Influence of Online Shopping Motivation and Product Browsing Toward Impulsive Buying of Fashion Products on A Social Commerce. *Jurnal Manajemen Motivasi* 14 (2018) 32-40
- Zhang, K.Z., Hu, B. and Zhao, S.J. (2014). “How online social interactions affect consumers’ impulse purchase on group shopping websites”. *Proceedings of the 18th Pacific Asia Conference on Information Systems*. Chengdu, June 24-28.

Zhang, K.Z., Xu, H., Hu, B. and Zhao, S. (2018). Online Reviews and Impulse Buying Behavior: The Role Of Browsing and Impulsiveness. *Internet Research* Vol. 28 No. 3, 2018 pp. 522-54.

Digital Around The World. (2019) diakses pada tanggal 28 Februari 2020 melalui <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019 diakses pada tanggal 28 Februari 2020 melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Find Out E-commerce Competition in Indonesia 2020 diakses pada tanggal 28 Februari 2020 melalui <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

Shopee Raih Indonesian Netizen Brand Choice Award 2017 diakses pada tanggal 10 Maret 2020 melalui <https://www.beritasatu.com/iptek/418724-shopee-raih-indonesian-netizen-brand-choice-award-2017>

Iklan Shopee Sabet Penghargaan Bright Awards Indonesia diakses pada tanggal 10 Maret 2020 melalui <https://www.wartaekonomi.co.id/read163561/iklan-shopee-sabet-penghargaan-bright-awards-indonesia>

Shopee Raih Penghargaan di “The Best in Marketing Campaign” 2017 diakses pada tanggal 10 Maret 2020 melalui

<https://jogja.tribunnews.com/2017/09/21/shopee-raih-penghargaan-di-the-best-in-marketing-campaign>

Shopee Jadi Brand Terbaik Nomor 1 di Indonesia Tahun 2019 Versi YouGov diakses pada tanggal 10 Maret 2020 melalui <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-jadi-brand-terbaik-nomor-1-di-indonesia-tahun-2019-versi-yougov/>

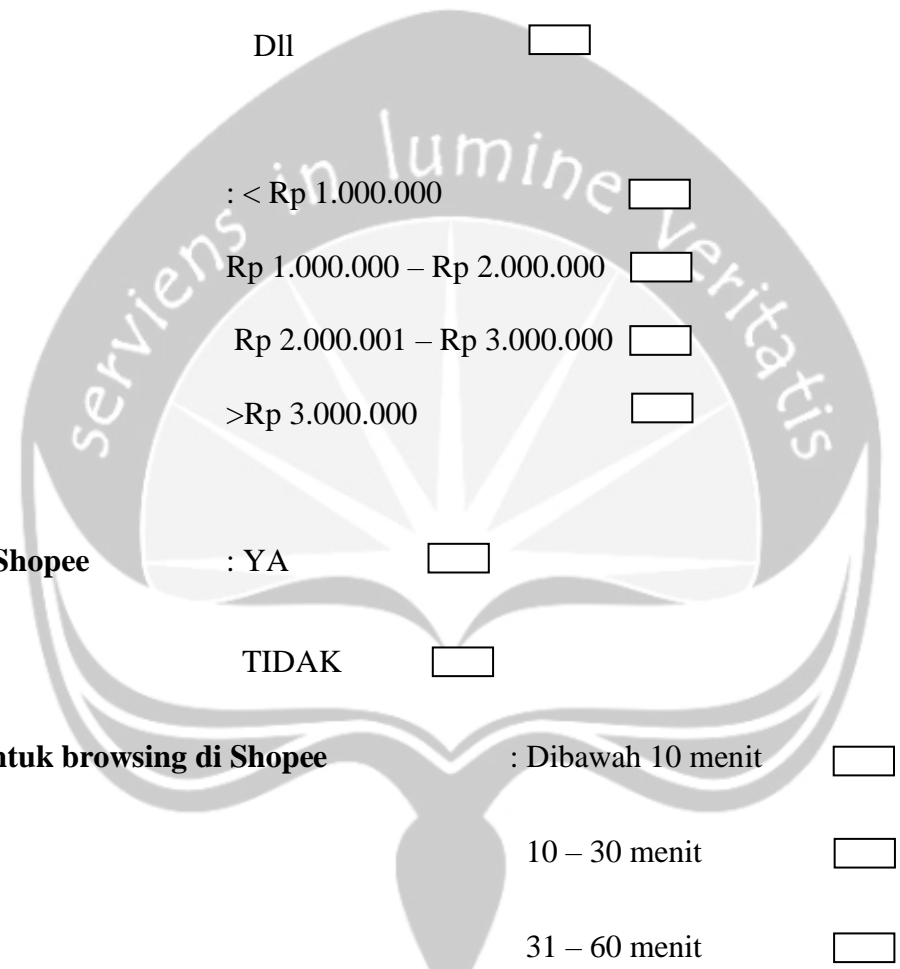
Siapa Pemilik dan Pendiri Shopee, ini Jawabannya (2019) diakses pada tanggal 10 Maret 2020 melalui <https://www.berwirausaha.net/2019/03/siapa-pemilik-dan-pendiri-shopee-ini-jawabannya.html/>



### Lampiran 1: Kuesioner

Data Demografi Responden : Harap memberi tanda centang (√) atau Silang (X) pada jawaban

1. Jenis Kelamin
- : Laki – Laki
- Perempuan
2. Usia
- : 15 – 20
- 21 – 25
- 30 – 30
- 30 – 35
- > 35
3. Pendidikan
- : SMA
- Mahasiswa
- Karyawan



DII

**4. Tingkat Pendapatan**

: < Rp 1.000.000

Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000

Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000

>Rp 3.000.000

**5. Apakah Anda Pengguna Shopee**

: YA

TIDAK

**6. Waktu yang dihabiskan untuk browsing di Shopee**

: Dibawah 10 menit

10 – 30 menit

31 – 60 menit

Keterangan : STS = Sangat Tidak Setuju

1 – 2 jam

TS = Tidak Setuju

3 – 5 jam

N = Netral

5 – 7 jam

S = Setuju

Diatas 7 jam

SS = Sangat Setuju

Skala Likert: STS = 1; TS = 2; N = 3; S = 4; SS = 5

Nilai Utilitarian ( <i>Utilitarian Value</i> )			Skala Likert				
			STS	TS	N	S	SS
Wang (2010)	1	Saya merasa membaca ulasan online di Shopee begitu bermanfaat.					
	2	Saya puas dengan ulasan online di Shopee					

	3	Saya merasa cocok dengan apa yang saya butuhkan ketika membaca ulasan online di Shopee					
	4	Saya menemukan informasi yang dicari saat membaca ulasan online di Shopee					
<b>Nilai Hedonis (Hedonic Value)</b>			<b>Skala Likert</b>				
			<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Wang (2010)	1	Saya merasa senang ketika membaca ulasan online di Shopee					
	2	Saya merasa bersemangat ketika membaca ulasan secara online di Shopee					
	3	Saya dapat mengurangi rasa stress ketika membaca ulasan online di Shopee					
	4	Saya lebih suka menghabiskan waktu luang menikmati membaca ulasan online di Shopee					
<b>Browsing</b>			<b>Skala Likert</b>				
			<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>

Floh & Madlberger (2013)	1	Saya memiliki waktu yang cukup untuk sekedar melihat-lihat di Shopee					
	2	Dapat dikatakan bahwa yang saya lakukan hanyalah “melihat-lihat” di Shopee					
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b> <i>(Urge to buy impulsively)</i>			<b>Skala Likert</b>				
			<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Parboteeah et al., (2009)	1	Saya memiliki dorongan untuk membeli barang-barang selain barang yang saya butuhkan di Shopee					
	2	Saya memiliki keinginan untuk membeli barang-barang yang tidak berhubungan dengan barang yang saya butuhkan di Shopee					
	3	Saya memiliki kecenderungan untuk membeli barang-barang selain barang yang saya butuhkan di Shopee					
<b>Impulsif</b> <i>(Impulsiveness)</i>			<b>Skala Likert</b>				
			<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Wells et al., (2011)	1	Saya melakukan begitu saja ketika membeli barang					



	2	Saya sering membeli barang tanpa berfikir					
	3	“Melihat barang lalu membeli” menggambarkan diri saya					
	4	“Beli sekarang, berpikir nanti” menggambarkan diri saya					
<b>Perilaku Pembelian Impuls</b> <i>(Impulse Buying Behavior)</i>			<b>Skala Likert</b>				
			<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
Kacen & Lee, (2002)	1	Saya sering membeli barang secara impulsif					
Rook&Fisher, (1995)	2	Saya merencanakan sebagian besar pembelian dengan berhati-hati					
	3	Saya sering membeli barang secara spontan					

**Lampiran 2 : Data Responden**

Timestamp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Tingkat Pendapatan	Apakah Anda Pengguna Shopee ?	Waktu yang dihabiskan untuk browsing di Shopee
03/10/2020 11:18	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/10/2020 11:32	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/10/2020 11:44	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/10/2020 11:55	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	1 - 2 jam
03/10/2020 11:56	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/10/2020 12:01	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	1 - 2 jam
03/10/2020 12:09	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/10/2020 12:52	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/10/2020 13:27	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit

03/10/2020 13:57	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/10/2020 14:02	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/10/2020 14:05	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	1 - 2 jam
03/10/2020 14:57	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/10/2020 16:29	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	> 7 jam
03/10/2020 18:15	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/10/2020 18:19	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
03/11/2020 09:49	Laki-Laki	26 - 30	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 09:54	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 10:00	Laki-Laki	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/11/2020 10:03	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit

03/11/2020 10:03	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/11/2020 10:07	Perempuan	21 - 25	Karyawan	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 10:13	Laki-Laki	21 - 25	Pengusaha	> 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 10:21	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 10:27	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/11/2020 10:43	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 10:55	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
03/11/2020 10:59	Laki-Laki	21 - 25	Freelancer	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 11:16	Laki-Laki	26 - 30	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 11:23	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 11:26	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit

03/11/2020 11:30	Laki-Laki	31 - 35	wirausahawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 11:35	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 11:41	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 11:45	Perempuan	21 - 25	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 11:50	Perempuan	15 - 20	Pelajar	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/11/2020 11:51	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 12:11	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 12:49	Laki-Laki	21 - 25	Freelancer	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 12:50	Perempuan	21 - 25	wiraswasta	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 13:13	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 13:30	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 15:25	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit

03/11/2020 16:04	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 16:23	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 17:16	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 19:23	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 19:59	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 20:37	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/11/2020 20:51	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/11/2020 21:33	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 21:54	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
03/11/2020 23:37	Perempuan	21 - 25	Karyawan	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/12/2020 07:46	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
03/12/2020 10:38	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
03/12/2020 11:36	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit

03/12/2020 16:36	Laki-Laki	26 - 30	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
3/13/2020 9:16:50	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
3/13/2020 13:37:39	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
3/13/2020 16:25:28	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
3/13/2020 20:38:59	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 12:53:27	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/16/2020 13:02:28	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/16/2020 13:02:48	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 15:07:51	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 18:19:09	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/16/2020 18:55:36	Perempuan	21 - 25	Karyawan	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 19:03:54	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 19:04:43	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit

4/16/2020 19:09:45	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/16/2020 19:10:24	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/16/2020 19:12:41	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/16/2020 19:13:39	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 19:25:09	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 19:52:59	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 20:14:55	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/16/2020 20:18:18	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 20:31:53	Laki-Laki	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/16/2020 20:48:19	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/16/2020 21:11:32	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 21:11:45	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit



4/16/2020 23:03:49	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/16/2020 23:11:25	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 23:17:11	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/16/2020 23:55:33	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/17/2020 1:34:41	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/17/2020 7:03:33	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/17/2020 7:14:44	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 7:30:53	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/17/2020 7:31:56	Perempuan	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 7:37:07	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/17/2020 7:58:54	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 13:28:16	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit

4/17/2020 15:32:50	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 15:33:03	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 15:35:18	Perempuan	26 - 30	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 15:41:56	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 15:55:38	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/17/2020 15:59:31	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 16:08:57	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/17/2020 16:10:39	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 16:38:48	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	> 7 jam
4/17/2020 16:39:50	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 17:12:27	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit

4/17/2020 19:50:16	Perempuan	31 - 35	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 20:04:46	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	3 - 5 jam
4/17/2020 20:37:07	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/17/2020 20:37:28	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 21:23:57	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/17/2020 21:32:28	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/17/2020 23:57:25	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/18/2020 0:53:07	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/18/2020 3:14:51	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/18/2020 12:33:04	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/18/2020 16:38:39	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit

4/18/2020 16:45:15	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/18/2020 17:14:53	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/18/2020 18:39:21	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/19/2020 0:14:11	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 9:24:29	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 18:33:48	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/19/2020 18:55:33	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 19:59:41	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 20:09:02	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 20:10:13	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 21:28:23	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit

4/19/2020 21:43:31	Laki-Laki	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/19/2020 22:03:25	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/19/2020 22:37:26	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/20/2020 1:37:17	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/20/2020 22:14:08	Perempuan	26 - 30	Dosen	> 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/21/2020 7:56:43	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/25/2020 12:11:42	Laki-Laki	15 - 20	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/25/2020 12:13:40	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/25/2020 12:15:13	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/25/2020 12:16:44	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/25/2020 12:18:24	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit

4/25/2020 12:18:26	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/25/2020 12:18:46	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/25/2020 12:18:56	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/25/2020 12:24:52	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/25/2020 12:57:18	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/25/2020 14:11:00	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/25/2020 14:41:11	Perempuan	21 - 25	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/25/2020 14:48:08	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/25/2020 15:42:19	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/26/2020 7:46:52	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit

4/26/2020 10:37:44	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
4/26/2020 11:00:54	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/26/2020 16:40:14	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/26/2020 16:49:03	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/27/2020 8:22:41	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/27/2020 12:12:33	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/27/2020 19:55:42	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
4/27/2020 22:46:41	Perempuan	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	31 - 60 menit
4/29/2020 13:49:29	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	1 - 2 jam
4/30/2020 13:40:10	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
05/01/2020 08:32	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit

05/01/2020 08:41	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
05/01/2020 08:45	Laki-Laki	21 - 25	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/04/2020 13:21	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
05/04/2020 13:24	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	31 - 60 menit
05/04/2020 13:28	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
05/04/2020 13:30	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit
05/04/2020 13:31	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
05/04/2020 13:34	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/04/2020 13:35	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/04/2020 13:38	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	31 - 60 menit



05/04/2020 13:40	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	1.000.000 - 2.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/04/2020 13:43	Perempuan	21 - 25	Mahasiswa	2.000.001 - 3.000.000	Ya	1 - 2 jam
05/04/2020 13:47	Laki-Laki	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/04/2020 13:50	Laki-Laki	15 - 20	Mahasiswa	< 1.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
05/04/2020 13:56	Perempuan	15 - 20	Pelajar	1.000.000 - 2.000.000	Ya	Dibawah 10 menit
05/04/2020 13:58	Perempuan	15 - 20	Pelajar	< 1.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/04/2020 14:06	Laki-Laki	21 - 25	Karyawan	> 3.000.000	Ya	10 - 30 menit
05/05/2020 19:01	Perempuan	26 - 30	Karyawan	> 3.000.000	Ya	Dibawah 10 menit

Lampiran 3: Hasil Kuesioner

U V 1	U V 2	U V 3	U V 4	H V 1	H V 2	H V 3	H V 4	BRO W1	BRO W2	UT B1	UT B2	UT B3	IMP UL1	IMP UL2	IMP UL3	IMP UL4	IMP UL	Kate gori	IB B1	IB B2	IB B3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	15	2	4	5	4
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	11	1	3	3	3
5	4	1	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	3	1	1	6	1	3	3	4	
5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	18	2	3	2	4
3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	5	1	2	2	3	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	16	2	3	3	5
4	4	4	5	4	4	2	1	2	2	5	4	3	3	2	2	2	9	1	4	3	4
5	5	5	4	4	3	4	2	4	4	4	2	2	1	1	2	1	5	1	3	4	4
4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	4	2	2	4	2	10	1	4	3	4
3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	1	7	1	2	2	2
4	4	5	5	4	4	2	1	5	5	3	4	2	2	2	2	2	8	1	2	5	4
4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	2	2	2	2	1	7	1	2	4	4
4	4	4	5	3	2	1	2	2	2	4	3	4	3	1	2	2	8	1	3	3	4
5	5	5	5	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	1	5	1	3	3	4
5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	1	1	7	1	3	4	4
3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	12	2	4	3	3
5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	1	3	3	8	1	2	2	3
3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1
4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	3	2	2	2	2	8	1	3	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	20	2	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	11	1	3	4	4

1	2	2	1	5	4	5	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	7	1	3	4	4
2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	5	1	1	1	8	1	1	1	1
1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	3	3	3	4	2	5	2	13	2	4	5	5
5	4	2	4	2	4	2	1	4	5	5	2	2	1	1	1	1	4	1	3	4	5
2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	2	4	4	4
4	3	5	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	2	2	1	9	1	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	12	2	3	3	3
3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	13	2	3	3	4
5	5	5	5	3	3	2	2	3	4	3	2	2	2	1	3	1	7	1	3	5	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	2	3	3	3
5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	5	3	5	4	17	2	3	4	4
5	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	8	1	4	4	4
4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	1	2	4	3	4	2	13	2	3	4	4
5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	6	1	3	4	4
5	5	5	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	1	8	1	2	2	2
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	17	2	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	2	4	1	11	1	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	12	2	3	3	3
4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	10	1	2	4	4
4	4	5	5	5	4	3	2	3	2	5	5	5	3	2	3	1	9	1	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	10	1	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	8	1	4	4	4
2	2	2	2	4	4	4	5	2	2	2	4	4	2	2	4	2	10	1	2	2	2
4	4	3	4	4	3	5	2	4	5	4	5	5	3	2	1	3	9	1	3	3	4
4	5	5	5	4	3	4	1	4	5	4	4	2	2	1	1	1	5	1	2	5	4

3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	2	1	1	1	5	1	3	4	4
4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	2	2	9	1	2	2	2
2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	10	1	3	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	5	5	5	4	5	19	2	5	4	5
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	14	2	3	5	5
2	3	3	2	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	5	2	14	2	4	3	5
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	1	5	1	3	3	3
2	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	13	2	4	4	4
5	4	4	5	4	3	3	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	20	2	5	3	4
4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	4	4	2	4	2	2	2	10	1	2	3	4
3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	3	14	2	3	3	3
4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	16	2	3	4	4
5	4	3	4	2	3	2	1	3	3	4	3	4	2	4	2	1	9	1	3	4	4
5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	2	2	10	1	3	5	5
5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	5	4	4	3	2	2	1	8	1	3	3	4
3	3	3	3	4	4	1	2	3	3	4	2	2	2	1	1	1	5	1	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	8	1	2	2	2
5	4	4	4	5	4	3	2	4	4	2	2	2	2	2	4	2	10	1	3	4	4
4	4	5	5	5	3	4	2	3	4	2	4	3	2	2	2	2	8	1	2	3	2
5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	2	2	1	1	1	1	2	5	1	2	2	1
4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	2	1	1	1	5	1	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	10	1	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12	2	3	3	3
3	3	3	3	4	5	4	2	5	5	4	4	4	5	2	5	2	14	2	4	4	2

4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	9	1	2	4	3
3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	20	2	5	4	5
5	4	4	5	4	4	1	1	5	5	5	3	3	2	1	1	1	5	1	2	4	3
5	3	4	5	5	5	3	2	2	2	4	2	2	2	3	4	2	11	1	4	4	3
4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	9	1	2	4	3
4	4	4	4	4	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	8	1	3	4	4
3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	4	2	11	1	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	3	4	4	14	2	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	8	1	2	2	2
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	17	2	4	4	4
5	4	5	4	2	3	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1
4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	8	1	2	4	4
3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	13	2	3	5	5
5	5	4	5	5	4	2	2	4	4	5	5	5	4	2	2	2	10	1	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	12	2	4	5	5
5	4	4	5	5	3	2	2	3	4	3	3	3	2	1	2	2	7	1	3	3	4
4	3	4	4	3	3	2	2	4	5	4	4	2	3	2	2	2	9	1	3	4	5
2	2	3	2	5	5	5	5	2	2	4	3	3	2	2	5	2	11	1	4	5	5
4	4	4	4	1	2	1	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	4	1	2	4	4
5	4	5	4	4	3	3	1	3	3	3	2	2	4	3	4	3	14	2	3	3	2
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	2	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	8	1	2	2	3
5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	1	2	1	8	1	3	4	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	17	2	4	5	5
3	3	3	3	5	3	3	1	3	3	4	4	3	2	1	1	1	5	1	3	3	3

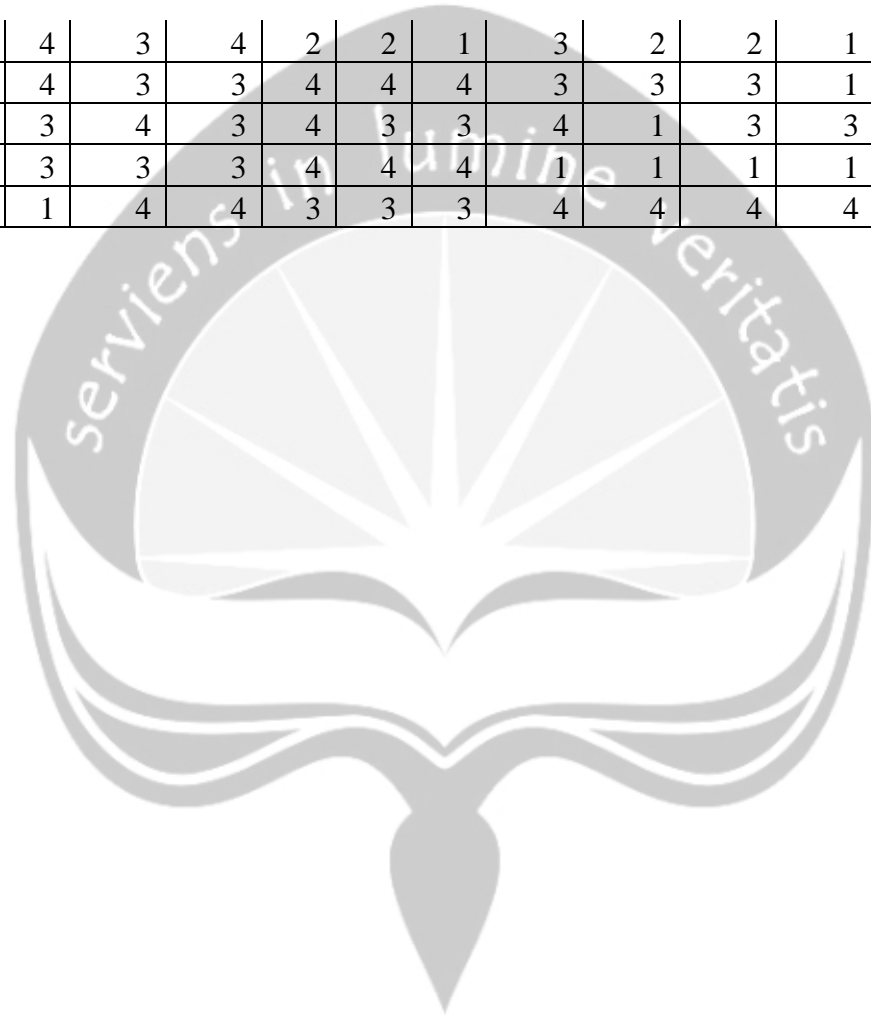
4	3	4	4	5	4	3	2	4	2	5	4	4	2	1	1	1	5	1	2	3	3	
5	4	4	4	3	3	1	1	3	3	3	4	2	2	2	2	3	9	1	3	3	3	
5	4	5	5	4	5	5	2	5	4	5	5	2	4	2	1	2	9	1	5	5	5	
4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	13	2	3	3	4	
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	1	1	1	1	4	1	2	5	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	2	5	5	5	
5	4	5	3	3	4	1	1	2	2	3	3	2	1	1	1	1	4	1	2	3	2	
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	20	2	5	5	5	
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	13	2	3	4	4
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	2	2	2	8	1	4	4	4	
5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	2	2	2	2	8	1	4	4	5	
5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	16	2	3	3	5	
5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	2	3	2	1	1	7	1	4	3	4	
4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	4	5	5	3	3	2	2	10	1	3	5	5	
5	3	2	4	2	3	2	2	4	4	3	3	5	4	1	4	1	10	1	3	4	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	13	2	4	5	5	
4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	2	11	1	4	4	4	
4	4	4	4	3	3	2	1	3	3	3	4	2	1	1	2	2	6	1	2	4	4	
3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	1	3	2	1	1	1	5	1	3	5	3	
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	1	1	1	7	1	5	5	5	
5	5	5	5	3	3	3	2	4	5	4	4	4	3	2	1	1	7	1	3	3	3	
5	5	5	5	5	5	2	2	4	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	1	2	2	
4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	12	2	3	3	3	
4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	15	2	4	3	4	
3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	16	2	4	4	4	

3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	9	1	2	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	12	2	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	3	1	1	1	1	4	1	2	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	1	2	1	7	1	3	4	4
5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	1	1	1	5	1	3	4	2
4	4	4	4	4	3	2	2	3	4	2	2	2	4	2	2	2	10	1	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	1	1	2	6	1	3	4	3
4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	2	3	2	3	10	1	2	2	4
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	12	2	4	4	4
4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	2	1	1	1	5	1	1	1	2
4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	2	2	2	2	1	1	1	5	1	3	5	5
5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	5	2	2	2	11	1	2	2	3
5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	2	2	2	2	3	9	1	3	4	4
1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	4	4	5	2	5	5	4	16	2	5	4	4
5	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	1	3	1	1	4	1	7	1	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	3	16	2	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	3	2	2	2	2	8	1	3	4	4
3	4	4	3	4	2	4	1	4	2	4	3	3	1	1	1	1	4	1	3	3	4
5	5	5	5	4	4	2	4	2	2	5	4	4	4	1	2	1	8	1	2	2	2
4	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	2	1	1	7	1	2	5	4
2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	1	2	5	2
2	3	2	3	1	2	1	1	4	4	1	1	1	2	1	1	1	5	1	1	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	10	1	3	4	3
5	4	4	5	4	3	2	1	3	4	3	3	3	2	4	2	2	10	1	4	5	2
5	5	5	5	5	5	1	1	4	4	5	5	5	4	2	2	2	10	1	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	10	1	3	4	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	2	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	2	12	2	2	4	4
4	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	3	4	2	2	3	1	8	1	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	12	2	3	4	4
4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	2	2	2	8	1	2	4	3
5	4	3	5	3	3	3	1	2	4	2	1	2	2	1	1	1	5	1	2	2	2
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	12	2	3	4	3
3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	3	1	1	1	6	1	3	5	4
4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	8	1	3	4	3
4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	13	2	4	4	3
5	5	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	2	11	1	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	12	2	3	4	4
5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	13	2	4	4	4
5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	15	2	4	4	5
5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	15	2	4	4	4
5	5	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	2	4	3	13	2	2	3	3
5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	12	2	2	3	3
5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	15	2	4	4	5
5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	15	2	3	4	4
5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	15	2	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3	13	2	3	4	4
5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	16	2	5	5	5
3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	8	1	2	2	3



4	4	5	5	4	5	3	4	3	4	2	2	1	3	2	2	1	8	1	2	4	5
5	3	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	1	10	1	3	4	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	1	3	3	11	1	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	1	1	1	4	1	2	4	5
4	3	3	4	2	2	1	1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	16	2	4	3	4



#### Lampiran 4: Hasil PLS Algorithm

##### Construct Reliability and Validity

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Browsing</b>	<b>0,815</b>	<b>0,840</b>	<b>0,915</b>	<b>0,843</b>
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	<b>0,877</b>	<b>0,877</b>	<b>0,924</b>	<b>0,802</b>
<b>Nilai Hedonis</b>	<b>0,808</b>	<b>0,815</b>	<b>0,874</b>	<b>0,635</b>
<b>Nilai Utilitarian</b>	<b>0,914</b>	<b>0,918</b>	<b>0,940</b>	<b>0,795</b>
<b>Perilaku Pembelian Impulsif</b>	<b>0,793</b>	<b>0,842</b>	<b>0,874</b>	<b>0,698</b>

### Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

	<b>Browsing</b>	<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	<b>Nilai Hedonis</b>	<b>Nilai Utilitarian</b>	<b>Perilaku Pembelian Impulsif</b>
<b>Browsing</b>	0,918				
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,446	0,896			
<b>Nilai Hedonis</b>	0,484	0,429	0,797		
<b>Nilai Utilitarian</b>	0,424	0,257	0,345	0,892	
<b>Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,448	0,562	0,351	0,098	0,835

### R Square

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Browsing</b>	0,309	0,301
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,199	0,194
<b>Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,315	0,311

### Lampiran 5: Hasil Bootstrapping

#### Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,446	0,448	0,072	6,195	0,000
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif -&gt; Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,562	0,565	0,049	11,523	0,000
<b>Nilai Hedonis -&gt; Browsing</b>	0,383	0,390	0,085	4,517	0,000
<b>Nilai Utilitarian -&gt; Browsing</b>	0,291	0,291	0,097	2,993	0,003

#### Specific Indirect Effects

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Nilai Hedonis -&gt; Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,171	0,176	0,051	3,337	0,001
<b>Nilai Utilitarian -&gt; Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,130	0,131	0,049	2,677	0,008
<b>Nilai Hedonis -&gt; Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif -&gt; Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,096	0,101	0,034	2,820	0,005
<b>Nilai Utilitarian -&gt; Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif -&gt; Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,073	0,074	0,028	2,570	0,010

#### Path Coefficients (High Impulsiveness)

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,472	0,493	0,117	4,051	0,000
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif -&gt; Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,629	0,640	0,079	7,954	0,000
<b>Nilai Hedonis -&gt; Browsing</b>	0,541	0,545	0,093	5,808	0,000
<b>Nilai Utilitarian -&gt; Browsing</b>	0,274	0,257	0,130	2,110	0,035

Path Coefficients (Low Impulsiveness)

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Browsing -&gt; Dorongan untuk Membeli secara Impulsif</b>	0,371	0,372	0,100	3,699	0,000
<b>Dorongan untuk Membeli secara Impulsif -&gt; Perilaku Pembelian Impulsif</b>	0,472	0,487	0,068	6,923	0,000
<b>Nilai Hedonis -&gt; Browsing</b>	0,262	0,282	0,103	2,551	0,011
<b>Nilai Utilitarian -&gt; Browsing</b>	0,322	0,312	0,109	2,964	0,003