

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis pada dimensi kualitas jasa elektronik yang terdiri dari desain situs, reliabilitas, daya tanggap, kepercayaan, dan personalisasi diketahui bahwa hanya variabel daya tanggap dan personalisasi yang berpengaruh secara signifikan terhadap keseluruhan kualitas pelayanan dalam belanja online pada situs *Facebook*, hal ini terbukti pada $\alpha < 0,05$. Sedangkan untuk variabel desain situs, reliabilitas, dan kepercayaan hanya berpengaruh, tetapi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan untuk penelitian pada toko online *Facebook*.
2. Dari hasil analisis pada dimensi kualitas jasa elektronik yang terdiri dari desain situs, reliabilitas, daya tanggap, kepercayaan, dan personalisasi diketahui bahwa hanya variabel personalisasi yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam belanja online pada situs *Facebook*, hal ini terbukti pada $\alpha < 0,05$. Sedangkan untuk variabel desain situs, reliabilitas, daya tanggap, dan kepercayaan hanya berpengaruh, tetapi tidak terbukti berpengaruh secara signifikan untuk penelitian pada toko online *Facebook*.

3. Variabel keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam belanja online pada situs *Facebook*. Variabel keseluruhan kualitas pelayanan merupakan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang baik dan tidak mengecewakan yang disediakan oleh toko online kepada konsumen adalah variabel yang dinilai konsumen toko online *Facebook* sebagai hal yang dianggap paling penting dan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap niat pembelian dalam belanja online pada situs *Facebook*. Variabel kepuasan konsumen meliputi kesesuaian produk yang dibeli dengan harapan, memiliki layanan *aftersales* yang baik, dan menawarkan garansi atau jaminan yang memuaskan kepada konsumen adalah variabel yang dinilai konsumen toko online *Facebook* sebagai hal yang dianggap paling penting dan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap niat pembelian

5.2. Implikasi Manajerial

Banyak bisnis mencoba untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan menggunakan teknologi *e-commerce* dalam berinteraksi dengan para konsumen. Bisnis *online* harus mulai menyadari bahwa faktor penentu dalam keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis tidak hanya terletak pada kehadiran situs dan biaya yang rendah saja, melainkan juga kualitas jasa elektronik. Kualitas jasa elektronik merupakan suatu hal yang penting bagi bisnis yang merambah dunia maya, baik pada toko online *Facebook* maupun toko online pada umumnya karena kualitas

jasa elektronik memberikan penilaian dan keputusan konsumen pada penyerahan jasa elektronik dalam pasar yang nyata.

Implikasi manajerial dari pembahasan dan hasil analisis dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi bisnis toko online pada situs *Facebook*. Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah :

Bagi pihak bisnis toko online pada situs *Facebook* dalam penelitian ini adalah bahwa ternyata daya tanggap dan personalisasi memiliki pengaruh bagi konsumen terhadap keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan dalam belanja online pada situs *Facebook*. Hal ini menunjukkan bahwa toko online pada situs *Facebook* memberikan pelayanan yang cepat, selalu bersedia untuk membantu konsumen, dan tidak terlalu sibuk dalam menanggapi permintaan konsumen.

Kepuasan konsumen dalam belanja online pada situs *Facebook* dipengaruhi oleh personalisasi toko online *Facebook*. Hal ini menunjukkan bahwa toko online pada situs *Facebook* menyediakan semua informasi yang dibutuhkan oleh konsumen secara detail dan jelas pada produk yang ditawarkan oleh toko online *Facebook*. Selain itu, toko online pada situs *Facebook* juga menyediakan rekomendasi barang-barang dengan penjualan terbaik (*best seller*) pada konsumen.

Keseluruhan kualitas pelayanan memiliki pengaruh bagi konsumen terhadap kepuasan konsumen yang diberikan dalam belanja online pada situs *Facebook*. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dibeli oleh konsumen melalui toko online pada situs *Facebook* sesuai dengan harapan konsumen,

memiliki layanan *aftersales* yang memuaskan terhadap konsumen, dan menawarkan garansi yang memuaskan.

Hasil lain, kepuasan konsumen memiliki pengaruh penting dalam niat pembelian dalam belanja online pada situs *Facebook*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan melakukan pembelian atau transaksi kembali dengan toko online pada situs *Facebook*, menganjurkan toko online pada situs *Facebook* kepada orang lain, dan menjadikan toko online pada situs *Facebook* menjadi situs favorit ketika melakukan pembelian secara online.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran bagi pihak bisnis toko online pada situs *Facebook*, kualitas jasa elektronik yang meliputi desain situs, reliabilitas, daya tanggap, kepercayaan, dan personalisasi memiliki keunggulan kompetitif dalam hal keseluruhan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sehingga mempengaruhi niat pembelian.

Untuk meningkatkan kualitas jasa elektronik agar lebih mempertahankan tingkat pelayanan yang memuaskan, toko online *Facebook* sebaiknya lebih menekankan dan memberikan perhatian pada dimensi daya tanggap dan personalisasi. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu bersedia membantu konsumen, menyediakan informasi secara detail dan jelas, memberikan perhatian yang bersifat pribadi kepada konsumen, dan menyediakan rekomendasi produk dengan penjualan terbaik (*best seller*).

Namun dalam hal desain situs, reliabilitas, dan kepercayaan, konsumen masih mempertimbangkan untuk tidak membeli produk secara online. Oleh karena itu, penting bagi pihak bisnis toko online pada situs *Facebook* untuk meningkatkan dan memperbaiki tampilan desain situs menjadi lebih menarik melalui gambar profil (*profil picture*) dan foto produk yang dipasang di album dibuat semenarik mungkin, mengirimkan pesanan tepat waktu dengan cara melakukan kerjasama dengan pihak ekspedisi atau pengiriman barang yang dapat dipercaya, menunjukkan perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi konsumen, dan menjadi penjual online yang dapat dipercaya (*trusted seller*), sehingga mendapat kepercayaan dari para konsumen.

Untuk penelitian selanjutnya, pencarian terhadap instrumen *e-servqual* atau kualitas jasa elektronik agar diperluas.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini hanya sebatas pada toko online di situs *Facebook* saja. Hal ini dikarenakan banyaknya populasi toko online pada situs *Facebook*, sehingga sangat susah untuk diketahui jumlah populasi konsumennya. Oleh karena itu, dianggap sudah mewakili dari banyaknya populasi konsumen toko online pada situs *Facebook* yang ada di Indonesia. Selain itu toko online yang diteliti bukan merupakan toko online secara murni, melainkan situs jejaring sosial *Facebook* yang saat ini banyak dimanfaatkan untuk membuka bisnis toko online.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. 1988. *A Behavioral Perspective on The Customer*. The McGraw-Hill Company, Inc. New York, NY.
- Ariani W. Dorothea. 2008. *Manajemen Kualitas*. Edisi 1. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Assael, Henry (1998), *Consumer Behaviour and Marketing Action*, Boston: Wadsworth, Inc.
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Boedijoewono, Noegroho, Drs. 2001. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*. Edisi Revisi. Jilid 2. Yogyakarta : AMP YKPN.
- Cooper R. Donald / Pamela S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Edisi 9. Volume 1 dan Volume 2. Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Darmadi. 2009. *Manfaat Facebook Untuk Keperluan Bisnis Anda*. Diakses pada <http://www.lintasberita.com/go/621167> tanggal 25 September 2010.
- Gliserina, Trinita. 2009. *Persepsi Konsumen Terhadap Iklan Ofensif dan Niat Menolak Produk dan Merek*. Skripsi Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno M.A. 1990. *Analisis Butir untuk Instrumen*. Yogyakarta : Andi Offset.

Hair, Anderson, Tatham, Black. 1998. *Multivariate Data Analysis 7Th Edition*.
Prentice-Hall, America.

Hendrawan, Daniel. 2010. *Perusahaan Wajib Memiliki Website*. Diakses pada
<http://web.hendrawan.org/> tanggal 8 November 2010.

Kazmier J. Leonard. 2005. *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1
dan Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad Ph. D. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta :
Erlangga.

Lee, Guang G. dan Lin, Fen H. 2005. “*Customer Perceptions of e-Service Quality
in Online Shopping*”. *International Journal of Retail and Distribution
Management*. Volume 33. Page 161-175

Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7.
Jakarta : Indeks.

Lupiyoadi, R. dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2.
Jakarta : Salemba Empat.

Malhotra, Naresh K. 2005. *Riset Pemasaran Edisi 1 Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks.

Rahardjo, Budi. 1999. *Mengimplementasikan Electronic Commerce di Indonesia*.

Diakses pada <http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf> tanggal 22

April 2011

Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Edisi

1. Yogyakarta : Andi Offset.

Setyawan dan Ikhwan, Anton A., Ihwan Susila. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1.

Jakarta : Penerbit Erlangga.

Sulistyo, Joko. 2010. *6 Hari Jago SPSS 17*. Edisi 1. Yogyakarta : Cakrawala.

Tjiptono, F. dan A. Diana. 2003. *Total Quality Management*. Edisi Revisi.

Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F., G. Chandra, dan D. Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*.

Yogyakarta : Andi Offset.

Turban, E., Rainer R. Kelly Jr., dan Potter Richard E. 2006. *Pengantar Teknologi*

Informasi. Edisi 3. Jakarta : Salemba Infotek.

Zhang, Xi dan Tang, Yu. 2006. “*Customer Perceived E-Service Quality in Online*

Shopping”. *Master Thesis Marketing*. Lulea University of Technology.

Zulganef. 2002. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

10 Aplikasi Toko Online Terbaik Untuk Berjualan di Facebook. Diakses pada

[http://www.indonesiapal.com/2010/06/10-aplikasi-toko-online-terbaik-](http://www.indonesiapal.com/2010/06/10-aplikasi-toko-online-terbaik-untuk-berjualan-di-facebook)

[untuk-berjualan-di-facebook](http://www.indonesiapal.com/2010/06/10-aplikasi-toko-online-terbaik-untuk-berjualan-di-facebook) tanggal 7 September 2010

[http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic commerce](http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_commerce) diakses pada tanggal 25

September 2010

<http://en.wikipedia.org/wiki/E-Services> diakses pada tanggal 25 September 2010

http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping diakses pada tanggal 25 September 2010

<http://en.wikipedia.org/wiki/SERVQUAL> diakses pada tanggal 25 September 2010

<http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook> diakses pada tanggal 22 April 2011

http://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik diakses pada tanggal 25 September 2010

<http://www.bisnis247.com/cari-duit-lewat-facebook> diakses tanggal 7 September 2010

<http://my3q.com/survey/357/adeputeri/20493.phtml>

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS JASA ELEKTRONIK DALAM
BELANJA ONLINE PADA SITUS *FACEBOOK***

1. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia :
 - a. < 15 tahun
 - b. 16 tahun – 20 tahun
 - c. 21 tahun – 25 tahun
 - d. 26 tahun – 30 tahun
 - e. > 30 tahun
3. Mengakses internet paling sering Anda lakukan di :
 - a. Rumah
 - b. Kampus
 - c. Warnet
 - d. Cafe/ Restoran/ Mall
4. Rata-rata pengeluaran per bulan Anda untuk belanja :
 - a. < Rp.1.000.000
 - b. Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000
 - c. Rp.2.000.001 – Rp.3.000.000
 - d. Rp.3.000.001 – Rp.4.000.000
 - e. > Rp.4.000.000
5. Berapa lama dalam sehari Anda mengalokasikan waktu untuk mengakses internet?
 - a. 1 – 4 jam
 - b. 5 – 8 jam
 - c. 9 – 12 jam
 - d. 13 – 16 jam
 - e. > 16 jam
6. Rata-rata dalam seminggu berapa lama Anda mengalokasikan waktu untuk mengakses internet?
 - a. 1 – 30 jam
 - b. 31 – 60 jam

- c. 61 – 90 jam
 - d. 91 – 120 jam
 - e. > 120 jam :
7. Pernahkah Anda membeli barang dan jasa melalui internet?
- a. Ya
 - b. Tidak
8. Jika Anda pernah melakukan belanja online, berapa kali frekuensi Anda dalam belanja online?
- a. Lebih dari seminggu sekali
 - b. Seminggu sekali
 - c. Dua minggu sekali
 - d. Sebulan sekali
 - e. Pada waktu tertentu (gajian, ulang tahun, hari raya, dll)
9. Pernahkah Anda melakukan belanja online di situs jejaring sosial Facebook?
- a. Ya
 - b. Tidak
10. Produk apa sajakah yang sering Anda beli secara online?
- a. Fashion dan aksesoris
 - b. Produk kecantikan dan kesehatan
 - c. Pakaian dan perlengkapan bayi atau anak-anak
 - d. Alat elektronik (HP, laptop, DVD)
 - e. Makanan dan minuman
 - f. Lain-lain

KUESIONER

Berilah penilaian dari Sangat Setuju (SS) sampai Sangat Tidak Setuju (STS) dengan memberi tanda (✓) pada salah satu skala yang mewakili jawaban Anda!

No.	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
WEBSITE DESIGN / DESAIN SITUS						
1	Tampilan dari desain situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi menarik.					
2	Anda mudah dalam mencari produk yang Anda inginkan pada situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi.					
3	Pilihan produk yang ditawarkan dalam situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi bervariasi.					
RELIABILITY / RELIABILITAS						
1	Produk yang Anda beli dikirimkan kepada Anda tepat waktu.					
2	Situs belanja online Facebook menunjukkan perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi oleh pelanggan.					
3	Transaksi pada situs belanja online Facebook bebas dari kesalahan.					
RESPONSIVENESS / DAYA TANGGAP						
1	Situs belanja online Facebook memberikan pelayanan yang cepat.					
2	Situs belanja online Facebook selalu bersedia untuk membantu pelanggan.					
3	Situs belanja online Facebook tidak terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan.					
TRUST / KEPERCAYAAN						
1	Anda tidak meragukan kejujuran dari situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi.					
2	Anda percaya dengan janji-janji yang ditawarkan oleh situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi pasti terpenuhi.					
3	Situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi menggunakan jasa pelayanan pengiriman barang yang dapat dipercaya.					
PERSONALIZATION / PERSONALISASI						
1	Situs belanja online Facebook menyediakan semua informasi secara detail dari produk yang ditawarkan.					
2	Situs belanja online Facebook menyediakan semua informasi secara jelas dari produk yang ditawarkan.					
3	Situs belanja online Facebook menyediakan rekomendasi produk dengan penjualan terbaik (best seller) terhadap pelanggan.					

OVERALL SERVICE QUALITY / KESELURUHAN KUALITAS JASA					
1	Keseluruhan pelayanan yang disediakan oleh situs belanja online Facebook sangat baik.				
2	Keseluruhan pelayanan yang disediakan oleh situs belanja online Facebook tidak mengecewakan.				
CUSTOMER SATISFACTION / KEPUASAN PELANGGAN					
1	Produk yang Anda beli sesuai dengan harapan Anda.				
2	Situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi memiliki layanan aftersales terhadap pelanggan yang baik.				
3	Situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi menawarkan garansi yang memuaskan.				
PURCHASE INTENTIONS / NIAT PEMBELIAN					
1	Anda akan melakukan transaksi lagi dengan situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi.				
2	Anda akan menganjurkan situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi kepada orang lain.				
3	Situs belanja online Facebook yang paling sering Anda kunjungi merupakan situs favorit Anda ketika melakukan pembelian secara online.				

Data Demografik Responden

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7
1	2	2	1	1	2	5	1
2	2	3	1	1	2	4	1
3	2	3	1	1	1	5	1
4	2	3	1	1	2	1	1
5	2	5	1	1	1	5	2
6	2	3	1	1	1	5	1
7	2	4	3	1	1	5	1
8	2	4	1	5	1	3	1
9	2	2	1	1	1	5	1
10	2	3	1	1	1	5	1
11	2	3	1	1	2	4	2
12	2	3	1	2	1	3	1
13	2	4	1	1	5	4	1
14	2	2	1	2	1	1	1
15	2	5	1	4	1	5	1
16	2	4	1	2	1	5	3
17	2	3	1	2	1	5	3
18	2	3	1	1	1	5	1
19	2	4	1	3	3	5	1
20	2	3	1	2	2	1	1
21	2	2	1	1	1	5	1
22	2	3	1	1	5	5	2
23	2	3	1	2	1	5	1
24	2	3	1	2	1	5	1
25	2	3	1	2	2	5	1
26	1	3	1	1	2	5	4
27	1	3	1	1	2	5	1
28	2	2	1	1	1	5	1
29	2	2	1	2	2	4	1
30	2	4	1	1	1	5	1
31	2	1	1	2	1	5	1
32	2	2	1	1	3	5	1
33	2	2	1	1	1	5	1
34	2	5	1	1	2	5	1
35	2	5	1	2	1	5	2
36	2	2	1	1	2	2	1
37	2	3	1	5	2	2	1
38	2	4	1	3	2	1	1
39	2	2	1	1	3	5	1
40	2	3	1	1	2	5	1

41	2	3	1	1	2	5	1
42	2	2	1	1	3	5	2
43	2	2	1	1	2	5	1
44	2	3	1	1	2	5	1
45	2	2	1	1	1	2	1
46	2	2	1	1	1	5	1
47	2	3	1	1	2	3	1
48	2	3	1	3	2	5	1
49	2	3	1	1	3	5	1
50	2	3	3	1	1	2	1
51	2	2	1	1	1	4	5
52	1	3	1	1	3	4	6
53	2	2	1	1	2	5	1
54	2	1	1	1	1	5	1
55	2	4	1	5	1	5	3
56	2	2	1	1	2	5	1
57	2	2	1	2	1	5	1
58	1	3	1	1	4	5	4
59	2	4	1	1	3	3	1
60	2	3	1	1	2	5	1
61	2	4	1	2	2	5	1
62	2	3	1	1	2	5	1
63	2	3	1	2	1	4	3
64	2	2	1	1	3	5	1
65	2	3	1	5	1	3	2
66	1	4	1	1	1	5	1
67	2	3	1	1	3	1	2
68	1	3	1	1	1	5	1
69	2	4	1	2	3	5	4
70	2	5	1	4	2	3	6
71	1	3	1	1	2	5	4
72	2	4	1	3	2	2	1
73	2	5	1	5	3	5	6
74	2	2	1	1	2	5	1
75	1	3	1	1	2	5	2
76	2	3	1	2	1	3	1
77	2	2	1	1	3	5	1
78	2	4	1	1	2	4	2
79	2	3	1	1	1	4	1
80	2	4	2	2	2	5	1
81	2	3	1	2	1	5	3
82	1	3	1	2	2	5	1

83	2	4	1	3	2	3	2
84	2	2	1	2	1	2	2
85	1	3	1	1	2	5	5
86	2	4	1	3	3	5	1
87	2	4	1	3	2	1	1
88	2	3	1	1	2	5	1
89	2	1	1	1	1	4	1
90	2	4	1	3	3	2	3
91	2	2	1	1	1	5	1
92	2	4	1	3	1	1	6
93	1	3	1	2	1	5	1
94	2	3	1	3	1	5	2
95	2	2	1	1	2	5	1
96	2	2	1	2	2	3	1
97	1	3	1	5	5	5	6
98	2	5	3	3	2	5	3
99	2	4	2	5	2	4	1
100	2	3	1	1	1	5	2
101	2	2	1	1	1	5	4
102	2	5	1	1	3	5	3
103	2	4	1	2	1	4	1
104	1	3	3	4	2	4	1
105	2	2	1	1	1	5	6
106	1	3	3	1	1	5	4
107	2	3	1	2	4	4	1
108	1	3	1	1	5	1	4
109	1	4	3	2	1	5	4
110	1	3	1	1	1	5	4
111	2	3	1	1	2	5	1
112	1	3	3	1	1	5	4
113	1	3	1	1	5	5	1
114	2	3	1	3	1	4	1
115	2	2	1	1	1	4	1

Responden	Desain Situs			Reliabilitas			Daya Tanggap			Kepercayaan		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
1	4	2	4	3	2	2	3	3	4	2	2	4
2	3	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4
3	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4
4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
6	4	4	4	2	4	2	2	3	3	3	3	4
7	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4
8	3	3	4	3	1	3	3	3	3	4	4	2
9	4	5	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4
10	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	3	4	5	4	3	3	3	3	2	3	2	5
12	3	3	5	4	3	2	3	3	3	3	3	4
13	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4
14	3	3	4	3	4	1	1	2	3	2	2	3
15	1	2	2	2	3	4	2	2	4	1	3	2
16	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	1	3
17	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
18	4	4	4	4	3	3	3	5	3	5	5	5
19	3	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5
20	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
21	3	2	2	2	1	4	2	2	2	2	4	2
22	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	2	4
23	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4
24	4	3	4	4	3	2	5	5	3	2	3	5
25	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	5
26	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	5	4	4	4	2	3	3	3	2	3	4
28	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5
29	4	5	5	4	5	1	5	3	4	3	2	4
30	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5
31	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
32	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	4
33	3	4	5	3	2	2	2	3	4	3	3	4
34	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	5
35	2	5	5	4	3	2	4	4	2	3	4	5
36	3	5	5	3	3	1	3	2	3	3	4	5
37	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
38	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	4	3	4	2	3	3	2	4	4	4
40	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	5
41	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4

42	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
44	4	4	4	3	2	2	3	2	2	4	3	4
45	5	5	5	5	3	3	4	1	5	2	4	4
46	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
47	4	4	5	3	3	4	4	3	3	2	3	3
48	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4
49	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	1	5
50	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4
51	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
52	3	5	5	3	3	3	3	3	4	2	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
55	3	4	5	2	3	2	2	2	3	3	2	4
56	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4
57	3	4	3	1	2	4	4	3	3	4	3	5
58	4	4	5	4	4	2	3	3	3	3	4	5
59	5	4	4	2	4	4	2	4	3	4	2	4
60	3	4	3	4	4	2	3	4	2	2	2	4
61	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	4	4	5	3	2	5	5	4	5	5	5
63	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
64	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
65	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
66	4	5	5	4	5	2	4	3	3	4	4	5
67	3	3	3	2	3	1	2	2	2	4	1	4
68	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	2	4
69	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	4	4	3	3	1	3	4	4	4	3	4
72	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	3	5
73	4	5	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4
74	4	4	3	5	5	3	4	4	3	3	3	5
75	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
76	4	4	4	2	3	2	3	4	4	5	5	5
77	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
78	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
79	3	4	3	5	5	4	5	4	3	5	3	5
80	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5
81	2	2	2	3	2	4	4	3	3	2	3	2
82	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4
83	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5

84	4	1	4	4	3	4	4	4	4	5	3	5
85	4	4	4	2	2	2	2	2	2	1	1	5
86	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4
87	3	4	5	5	3	2	4	5	4	3	3	5
88	5	3	4		2	2	3		3		4	4
89	3	5	4	3	3	2	3	4	2	4	4	5
90	3	4	5	4	2	2	3	4	4	1	3	5
91	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
92	4	4	5	5	4	2	5	4	1	3	2	5
93	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4
94	1	2	1	1	1	5	4	1	5	2	1	3
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3
97	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
98	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
99	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4
100	4	2	5	4	4	3	3	4	3	3	2	3
101	5	5	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4
102	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
103	4	4	4	2	1	1	4	2	4	1	2	2
104	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4
105	5	4	5	3	3	1	3	3	3	2	2	3
106	3	4	4	2	2	1	2	3	3	1	2	4
107	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4
108	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3
109	4	4	4	2	4	2	2	2	4	2	2	4
110	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
111	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4
112	4	4	4	2	3	3	3	2	1	1	1	3
113	3	3	4	2	2	1	2	2	3	1	1	3
114	3	2	4	3	2	2	3	4	3	5	4	4
115	4	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	4

Responden	Personalisasi			Keseluruhan Kualitas Pelayanan		Kepuasan Konsumen			Niat Pembelian		
	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21	Q22	Q23
1	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4
2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3
3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
7	4	4	4	2	3	2	2	2	4	4	3
8	2	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5
9	2	2	2	3	3	3	3	2	4	3	2
10	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5
11	5	5	4	3	3	4	4	4	4	2	3
12	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
14	2	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1
15	2	3	2	3	3	3	2	5	1	3	3
16	5	5	3	3	4	4	4	1	4	4	5
17	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3
18	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5
19	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	2	2	2	2	3	4	3	4	4
22	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
23	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	2
25	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4
26	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2
27	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5
28	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
29	5	5	5	4	3	3	5	4	5	5	3
30	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4
33	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
35	2	3	5	2	3	2	2	4	5	5	5
36	3	3	2	2	3	3	4	2	4	5	5
37	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
38	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	3
39	3	3	2	4	4	3	2	2	4	4	4
40	2	5	3	3	3	2	3	2	3	2	1
41	2	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3

42	4	4	4	3	4	5	4	2	3	4	4
43	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
44	2	2	3	3	3	2	1	1	4	4	4
45	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5
46	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	4
47	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3
48	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5
49	5	5	5	4	5	5	4	2	5	3	5
50	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4
51	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4
52	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4
55	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	4
56	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4
57	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
58	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5
59	4	4	5	4	3	2	3	3	4	4	4
60	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	3	5	4	4	5	3	4	3	4
63	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3
64	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
65	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
66	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5
67	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3
68	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4
69	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2
72	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5
73	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4
74	5	4	4	3	3	4	2	2	4	3	4
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2
76	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
77	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
78	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	4	4	2	3	3	4	2	2	3	5	4
80	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4
81	2	3	2	4	4	3	3	4	3	2	3
82	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	5
83	5	5	4	4	4	4	3	3	5	3	3

84	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5
85	2	2	2	1	1	2	2	2	4	4	4
86	4	4	1	3	3	3	1	4	5	3	4
87	4	5	3	3	4	4	2	2	3	4	5
88	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
89	4	4	5	3	3	4	3	2	4	4	4
90	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
91	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
92	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4
93	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
94	1	3	2	2	3	3	1	2	1	1	1
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	3	4	4	3	3	2	2	4	4	5
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
98	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
100	5	4	3	4	4	5	4	3	3	4	2
101	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
102	5	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2
103	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2	4
104	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
105	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
106	2	3	2	3	2	2	3	1	1	3	1
107	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2
108	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2
109	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	2
110	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
111	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4
112	4	4	4	3	3	2	3	3	1	1	2
113	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4
114	3	3	3	4	4	3	4	1	4	4	4
115	2	2	3	3	3	3	1	1	4	3	4

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Desain Situs

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
website design_1	7.78	2.014	.469	.675
website design_2	7.69	1.849	.524	.608
website design_3	7.42	2.000	.573	.553

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	99.1
	Excluded ^a	1	.9
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.601	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
reliability_1	6.07	2.172	.521	.330
reliability_2	6.36	2.356	.483	.398
reliability_3	6.87	2.717	.252	.728

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Daya Tanggap

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	99.1
	Excluded ^a	1	.9
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.622	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
responsiveness_1	6.68	1.743	.554	.328
responsiveness_2	6.68	1.973	.480	.451
responsiveness_3	6.88	2.533	.279	.714

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	99.1
	Excluded ^a	1	.9
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
trust_1	7.16	2.240	.643	.496
trust_2	7.36	2.693	.540	.633
trust_3	6.41	3.519	.471	.717

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Personalisasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
personalization_1	6.98	2.859	.747	.739
personalization_2	6.99	3.026	.786	.705
personalization_3	7.17	3.355	.596	.882

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keseluruhan Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
overall servqual_1	3.38	.607	.683	. ^a
overall servqual_2	3.40	.663	.683	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	115	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.669	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
customer satisfaction_1	6.26	3.054	.381	.692
customer satisfaction_2	6.37	2.061	.623	.364
customer satisfaction_3	6.65	2.387	.462	.605

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Niat Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	99.1
	Excluded ^a	1	.9
	Total	115	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
purchase intention_1	7.34	2.900	.710	.717
purchase intention_2	7.39	3.091	.665	.762
purchase intention_3	7.35	2.867	.651	.779

Analisis Persentase

Statistics

		jenis kelamin	usia	tempat mengakses internet	pengeluaran belanja per bulan	waktu online per hari	frekuensi belanja online	produk yang sering dibeli secara online
N	Valid	115	115	115	115	115	115	115
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	19	16.5	16.5	16.5
	Perempuan	96	83.5	83.5	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 tahun	3	2.6	2.6	2.6
	16 tahun – 20 tahun	28	24.3	24.3	27.0
	21 tahun – 25 tahun	53	46.1	46.1	73.0
	26 tahun – 30 tahun	23	20.0	20.0	93.0
	> 30 tahun	8	7.0	7.0	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

tempat mengakses internet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rumah	106	92.2	92.2	92.2
	Kampus	2	1.7	1.7	93.9
	Warnet	7	6.1	6.1	100.0
	Total	115	100.0	100.0	

pengeluaran belanja per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp.1.000.000	68	59.1	59.1	59.1
Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000	25	21.7	21.7	80.9
Rp.2.000.001 – Rp.3.000.000	12	10.4	10.4	91.3
Rp.3.000.001 – Rp.4.000.000	3	2.6	2.6	93.9
> Rp.4.000.000	7	6.1	6.1	100.0
Total	115	100.0	100.0	

waktu online per hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 – 4 jam	51	44.3	44.3	44.3
5 – 8 jam	42	36.5	36.5	80.9
9 – 12 jam	15	13.0	13.0	93.9
13 – 16 jam	2	1.7	1.7	95.7
> 16 jam	5	4.3	4.3	100.0
Total	115	100.0	100.0	

frekuensi belanja online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lebih dari seminggu sekali	8	7.0	7.0	7.0
Seminggu sekali	7	6.1	6.1	13.0
Dua minggu sekali	9	7.8	7.8	20.9
Sebulan sekali	16	13.9	13.9	34.8
Pada waktu tertentu	75	65.2	65.2	100.0
Total	115	100.0	100.0	

produk yang sering dibeli secara online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Produk fashion dan aksesoris	76	66.1	66.1	66.1
Produk kecantikan dan kesehatan	13	11.3	11.3	77.4
Pakaian dan perlengkapan bayi dan/atau anak	8	7.0	7.0	84.3
Alat elektronik (HP, laptop, DVD)	10	8.7	8.7	93.0
Makanan dan minuman	2	1.7	1.7	94.8
Lainnya	6	5.2	5.2	100.0
Total	115	100.0	100.0	

REGRESI LINIER BERGANDA

Uji Regresi Pengaruh Kualitas Jasa Elektronik terhadap Keseluruhan Kualitas Pelayanan

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PERSONALIZATION, WEBSITE DESIGN, TRUST, RESPONSIVENESS, RELIABILITY ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716 ^a	.513	.490	1.043	1.853

a. Predictors: (Constant), PERSONALIZATION, WEBSITE DESIGN, TRUST, RESPONSIVENESS, RELIABILITY

b. Dependent Variable: OVERALL SERVQUAL

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.876	5	24.975	22.936	.000 ^a
	Residual	118.689	109	1.089		
	Total	243.565	114			

a. Predictors: (Constant), PERSONALIZATION, WEBSITE DESIGN, TRUST, RESPONSIVENESS, RELIABILITY

b. Dependent Variable: OVERALL SERVQUAL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.925	.657		1.407	.162
	WEBSITE DESIGN	.044	.058	.059	.762	.447
	RELIABILITY	.038	.068	.056	.554	.581
	RESPONSIVENESS	.225	.073	.309	3.073	.003
	TRUST	.073	.054	.118	1.357	.178
	PERSONALIZATION	.186	.053	.322	3.477	.001

a. Dependent Variable: OVERALL SERVQUAL

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	4.54	9.40	6.78	1.047	115
Std. Predicted Value	-2.142	2.505	.000	1.000	115
Standard Error of Predicted Value	.121	.439	.229	.067	115
Adjusted Predicted Value	4.59	9.36	6.78	1.055	115
Residual	-2.653	2.793	.000	1.020	115
Std. Residual	-2.543	2.677	.000	.978	115
Stud. Residual	-2.635	2.749	.002	1.008	115
Deleted Residual	-2.849	2.946	.005	1.085	115
Stud. Deleted Residual	-2.710	2.837	.004	1.020	115
Mahal. Distance	.542	19.167	4.957	3.598	115
Cook's Distance	.000	.198	.011	.025	115
Centered Leverage Value	.005	.168	.043	.032	115

a. Dependent Variable: OVERALL SERVQUAL

Uji Regresi Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PERSONALIZATION, WEBSITE DESIGN, TRUST, RESPONSIVENESS, RELIABILITY ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.617 ^a	.380	.352	1.769	2.336

a. Predictors: (Constant), PERSONALIZATION, WEBSITE DESIGN, TRUST, RESPONSIVENESS, RELIABILITY

b. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.303	5	41.861	13.378	.000 ^a
	Residual	341.080	109	3.129		
	Total	550.383	114			

a. Predictors: (Constant), PERSONALIZATION, WEBSITE DESIGN, TRUST, RESPONSIVENESS, RELIABILITY

b. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.939	1.114		1.740	.085
	WEBSITE DESIGN	.136	.098	.121	1.390	.167
	RELIABILITY	.203	.116	.202	1.756	.082
	RESPONSIVENESS	.080	.124	.073	.644	.521
	TRUST	.068	.092	.073	.743	.459
	PERSONALIZATION	.254	.091	.293	2.807	.006

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.46	13.05	9.64	1.355	115
Std. Predicted Value	-2.347	2.514	.000	1.000	115
Standard Error of Predicted Value	.205	.744	.388	.114	115
Adjusted Predicted Value	6.51	12.89	9.64	1.364	115
Residual	-4.075	5.105	.000	1.730	115
Std. Residual	-2.303	2.886	.000	.978	115
Stud. Residual	-2.377	2.939	.001	1.005	115
Deleted Residual	-4.341	5.295	.004	1.829	115
Stud. Deleted Residual	-2.430	3.049	.002	1.013	115
Mahal. Distance	.542	19.167	4.957	3.598	115
Cook's Distance	.000	.080	.010	.014	115
Centered Leverage Value	.005	.168	.043	.032	115

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Uji Regresi Pengaruh Keseluruhan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CUSTOMER SATISFACTION	9.64	2.197	115
OVERALL SERVQUAL	6.78	1.462	115

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	OVERALL SERVQUAL ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.609 ^a	.371	.366	1.750	1.958

a. Predictors: (Constant), OVERALL SERVQUAL

b. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204.330	1	204.330	66.722	.000 ^a
	Residual	346.052	113	3.062		
	Total	550.383	114			

a. Predictors: (Constant), OVERALL SERVQUAL

b. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	3.431	.778		4.411	.000	1.890	4.972
	OVERALL SERVQUA L	.916	.112	.609	8.168	.000	.694	1.138

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	5.26	12.59	9.64	1.339	115
Std. Predicted Value	-3.272	2.201	.000	1.000	115
Standard Error of Predicted Value	.165	.561	.221	.066	115
Adjusted Predicted Value	5.18	12.62	9.64	1.340	115
Residual	-4.927	4.073	.000	1.742	115
Std. Residual	-2.815	2.328	.000	.996	115
Stud. Residual	-2.831	2.341	.001	1.004	115
Deleted Residual	-4.983	4.120	.004	1.772	115
Stud. Deleted Residual	-2.924	2.389	.001	1.013	115
Mahal. Distance	.022	10.706	.991	1.494	115
Cook's Distance	.000	.061	.008	.013	115
Centered Leverage Value	.000	.094	.009	.013	115

a. Dependent Variable: CUSTOMER SATISFACTION

Uji Regresi Pengaruh Keseluruhan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Pembelian

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CUSTOMER SATISFACTION, OVERALL SERVQUAL ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.508 ^a	.258	.244	2.212	1.707

a. Predictors: (Constant), CUSTOMER SATISFACTION, OVERALL SERVQUAL

b. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190.167	2	95.084	19.440	.000 ^a
	Residual	547.798	112	4.891		
	Total	737.965	114			

a. Predictors: (Constant), CUSTOMER SATISFACTION, OVERALL SERVQUAL

b. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.694	1.064		4.411	.000
	OVERALL SERVQUAL	.278	.179	.160	1.556	.123
	CUSTOMER SATISFACTION	.457	.119	.394	3.840	.000

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.99	14.32	10.98	1.292	115
Std. Predicted Value	-2.317	2.586	.000	1.000	115
Standard Error of Predicted Value	.209	.714	.341	.106	115
Adjusted Predicted Value	7.52	14.27	10.98	1.306	115
Residual	-6.737	5.263	.000	2.192	115
Std. Residual	-3.046	2.380	.000	.991	115
Stud. Residual	-3.080	2.406	.001	1.006	115
Deleted Residual	-6.886	5.380	.005	2.259	115
Stud. Deleted Residual	-3.205	2.460	-.002	1.018	115
Mahal. Distance	.030	10.885	1.983	2.009	115
Cook's Distance	.000	.142	.010	.021	115
Centered Leverage Value	.000	.095	.017	.018	115

a. Dependent Variable: PURCHASE INTENTION