

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif kuantitatif mengenai pengaruh Tingkat Penilaian pada Presentasi Produk dan Tingkat Persepsi Risiko terhadap Tingkat Intensi Membeli pada situs *e-commerce* Mbak Diskon dengan menggunakan instrumen kuisioner *online*. Data yang berhasil dikumpulkan sebanyak 349 responden berupa anggota *friends facebook* dari akun Mbak Diskon. Data kuantitatif tersebut kemudian diolah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan tahapan uji validitas, uji realibilitas, analisis statistik deskriptif, analisis distribusi frekuensi, analisis korelasi, analisis regresi berganda *Model Summary*, analisis regresi sederhana model Anova, dan analisis regresi sederhana dengan Uji T.

Berdasarkan hasil penelitian, Tingkat Penilaian pada Presentasi Produk dan Tingkat Persepsi Risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Intensi Membeli. Namun ketika diuji secara terpisah korelasi antara variabel Tingkat Penilaian Pada Presentasi Produk dengan variabel Tingkat Intensi membeli memiliki hubungan positif. Sedangkan untuk variabel Tingkat Persepsi Risiko dengan Tingkat Intensi Membeli memiliki hubungan negatif. Hal ini berarti, dalam konteks komunikasi, ketika semakin tinggi persepsi risiko, terjadi kecenderungan disonansi sehingga mengurangi niat seseorang dalam membeli. Proses konsonan terjadi ketika semakin tinggi penilaian presentasi produk maka intensi membeli semakin juga

semakin tinggi. Ketika dilakukan analisis regresi berganda *Model Summary* didapatkan kesimpulan Tingkat Penilaian pada Presentasi Produk dan Tingkat Persepsi Risiko dapat menjelaskan Tingkat Intensi Membeli sebesar 44,3%. Hal ini berarti masih ada faktor lain (sebesar 55,7%) di luar model yang dapat menjelaskan apa yang memengaruhi tingkat intensi membeli. Sebagai komparasi, penelitian terdahulu oleh Jiyoung (2011) pada pengguna *online shopping* memaparkan ada sembilan faktor yang memengaruhi intensi membeli yaitu; *Perceived benefits and risks, perceived usefulness, ease of use, enjoyment, security, social norm, flow*, dan *gender affect intention*. Hal ini berarti masih banyak faktor lain yang bisa diteliti untuk mengetahui aspek apa saja yang memengaruhi intensi pembelian dalam konteks *online shopping*.

Pada uji distribusi frekuensi dan statistik deskriptif didapatkan hasil bahwa penilaian responden pada variabel Tingkat Penilaian pada Presentasi Produk website Mbak Diskon cenderung tinggi. Sedangkan aspek - aspek yang memiliki penilaian tertinggi adalah kedinamisan *website*, keakuratan informasi, kelengkapan informasi, dan kerapihan tampilan layout. Hal ini berarti presentasi produk pada website MbakDiskon cenderung dinilai baik oleh responden. Pada variabel Tingkat Persepsi Risiko responden cenderung memberi penilaian sedang dan rendah. Mayoritas responden cenderung tidak setuju pada risiko finansial "*harga asli lebih murah*", risiko psikologis "*tidak percaya diri ketika bertansaksi*" dan risiko waktu/kemudahan "*proses sign up dan sign in merepotkan*", serta risiko sosial "*review terhadap situs MbakDiskon negatif*". Pada uji statistik deskriptif didapatkan hasil bahwa responden dominan memberikan penilaian setuju pada "*Pertimbangan*

untuk menggunakan situs Mbak Diskon”, *“Berniat untuk mencoba situs*”, dan *“Keputusan untuk membeli produk pada situs Mbak Diskon*”. Hal ini berarti mayoritas responden cenderung memiliki persepsi risiko yang rendah terhadap situs MbakDiskon. Implikasinya, responden cenderung mengalami proses konsonan dalam penelitian ini alih – alih mengalami disonansi.

B. SARAN

1. Saran Teoritis

- a. Teknologi internet memiliki kekhasan karena memiliki sifat dinamis. Sebagai implikasinya, penelitian yang menggunakan konsep persepsi risiko dan desain *website* memerlukan pendekatan yang adaptif sehingga didapatkan indikator - indikator yang lebih relevan.
- b. Ada tiga konsep yang ditampilkan pada penelitian ini, yaitu presentasi produk, persepsi risiko, serta intensi membeli. Peneliti menganggap penelitian ini masih belum bisa mengukur efektivitas *website* sebagai media komunikasi pemasaran. Masih banyak konsep yang perlu digali sebagai instrumen penelitian.

2. Saran Praktis

- a. Penelitian yang dilakukan hanya pada satu obyek penelitian, dimana obyek yang digunakan untuk penelitian adalah situs Mbak Diskon. Peneliti menganggap kekuatan representasi terhadap situs – situs *e-commerce* masih cukup kurang, sehingga diperlukan adanya penelitian yang bersifat komparatif (*apple-to-apple* pada beberapa situs).

b. Responden penelitian adalah *friends* dari akun *facebook* Mbak Diskon.

Asumsinya, responden yang memiliki pengalaman komunikasi lebih intens (karena tergabung dengan media promosi jejaring sosial brand) lebih memiliki penilaian positif terhadap brand. Hasil penelitian mungkin berbeda ketika responden yang diteliti tidak memiliki pengalaman komunikasi yang intens dengan suatu brand.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

Belch, George E. and Belch Michael. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 8th. New York: Mc Graw Hill.

Belch, George E. and Belch Michael. 2012. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 10th. New York: Mc Graw Hill.

Duncan, Tom. 2005. *Advertising and IMC*. Second Edition. New York: Mc Graw-Hill.

Kavoori, Anandam. 2010. *Digital Media Criticism*. New York: Peter Lang Publishing.

Kotler, Philip dan Hermawan Kartajaya., Iwan Setyawan. 2010. *Marketing 3.0: From Product to Customers to the Human Spirit*. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mowen, John C. dan Michael Minor 2001: 42. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurahman. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

Nielsen. 2010. *Global Trends in Online Shopping A Nielsen Global Consumer Report June 2010*. Nielsen Company.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Ke-18. Jakarta: Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia.

Sumarwan, Ujang et al. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian; Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press.

P.B., Triton. 2005. *SPSS 13 Uji Beda Nyata dan Rancangan Percobaan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.

West, Richard and Turner, Lynn H. *Introducing Communication Theory. Analysis and Application*. 2007. Singapore. Mc Graw Hill.

Skripsi dan Disertasi

Alberta Dewi, Princess (Skripsi, tidak dipublikasikan). 2010. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Website Coca-Cola terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan tentang Website*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Nugroho, Arief Ardi (Skripsi, tidak dipublikasikan). 2010. *Proses Internet Marketing Band Cranial Incisored melalui Situs MySpace*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.

Park, Ji Hye (Disertasi). 2002. *The Effect of Product Presentation on Mood, Perceived Risk, and Apparel Purchase Intention in Internet Apparel Shopping* http://etd.ohiolink.edu/view.cgi?acc_num=osu1038861983 (Diakses pada tanggal 15 Agustus 2012).

Artikel Cetak

Aruman. November 2011. “*The Impact of New Media on Consumer Behaviour*”, Majalah MIX Marketing Communication. Edisi 11/VII. Jakarta: SWA.

Blog dan Website

detikInet. 2012,’ 2012, ‘Transaksi *Online Shopping* di Indonesia USD 4,1 miliar’, DetikInet.(<http://inet.detik.com/read/2012/02/29/082349/1854134/319/2012-transaksi-online-shopping-di-indonesia-usd-41-miliar> diakses pada 11 September 2012).

Kurniawan, Sigit. 2012, ‘Infografik Belanja Online Makin Diminati,’ The Marketeers. (<http://the-marketeers.com/archives/infografik-belanja-online-makin-diminati.html> diakses pada 19 September 2012).

Rigo, Lilian. 2010, 'The History of eCommerce – Timeline Infographic,' (<http://blog.templatemonster.com/2010/09/08/history-of-ecommerce-timeline-infographic/> diakses pada 21 September 2012).

Warta Ekonomi Online. 2013, 'Diskon.com: Ingin Menjadi Tiga Besar Daily Deals di Indonesia,' (<http://wartaekonomi.co.id/berita7213/diskoncom-ingin-menjadi-tiga-besar-daily-deals-di-indonesia.html> diakses pada 4 Februari 2013).

Statistik mengenai website MbakDiskon, dilihat di <http://www.statscrop.com/www/mbakdiskon.com>

Lain – lain

Martadipura, Bambang AP. 2008, 'Populasi dan Sampel (.pdf) ,' (http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/JUR._PEND._MATEMATIKA/196412051990031-BAMBANG_AVIP_PRIATNA_M/MENENTUKAN_UKURAN_SAMPEL.pdf diakses 6 Oktober 2011).

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

Belch, George E. and Belch Michael. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 8th. New York: Mc Graw Hill.

Belch, George E. and Belch Michael. 2012. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. 10th. New York: Mc Graw Hill.

Duncan, Tom. 2005. *Advertising and IMC*. Second Edition. New York: Mc Graw-Hill.

Kavoori, Anandam. 2010. *Digital Media Criticism*. New York: Peter Lang Publishing.

Kotler, Philip dan Hermawan Kartajaya., Iwan Setyawan. 2010. *Marketing 3.0: From Product to Customers to the Human Spirit*. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mowen, John C. dan Michael Minor 2001: 42. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurahman. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

Nielsen. 2010. *Global Trends in Online Shopping A Nielsen Global Consumer Report June 2010*. Nielsen Company.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan Ke-18. Jakarta: Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia.

Sumarwan, Ujang et al. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen: Panduan Riset dan Kajian; Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press.

P.B., Triton. 2005. *SPSS 13 Uji Beda Nyata dan Rancangan Percobaan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.

West, Richard and Turner, Lynn H. *Introducing Communication Theory. Analysis and Application*. 2007. Singapore. Mc Graw Hill.

Skripsi dan Disertasi

Alberta Dewi, Princess (Skripsi, tidak dipublikasikan). 2010. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Website Coca-Cola terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan tentang Website*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Nugroho, Arief Ardi (Skripsi, tidak dipublikasikan). 2010. *Proses Internet Marketing Band Cranial Incisored melalui Situs MySpace*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.

Park, Ji Hye (Disertasi). 2002. *The Effect of Product Presentation on Mood, Perceived Risk, and Apparel Purchase Intention in Internet Apparel Shopping* http://etd.ohiolink.edu/view.cgi?acc_num=osu1038861983 (Diakses pada tanggal 15 Agustus 2012).

Artikel Cetak

Aruman. November 2011. "The Impact of New Media on Consumer Behaviour", Majalah MIX Marketing Communication. Edisi 11/VII. Jakarta: SWA.

Blog dan Website

detikInet. 2012,' 2012, 'Transaksi *Online Shopping* di Indonesia USD 4,1 miliar', DetikInet.(<http://inet.detik.com/read/2012/02/29/082349/1854134/319/2012-transaksi-online-shopping-di-indonesia-usd-41-miliar> diakses pada 11 September 2012).

Kurniawan, Sigit. 2012, 'Infografik Belanja Online Makin Diminati,' The Marketeers. (<http://the-marketeers.com/archives/infografik-belanja-online-makin-diminati.html> diakses pada 19 September 2012)

Rigo, Lilian. 2010,'The History of eCommerce – Timeline Infographic,'(<http://blog.templatemonster.com/2010/09/08/history-of-ecommerce-timeline-infographic/> diakses pada 21 September 2012)

Warta Ekonomi Online. 2013, 'Diskon.com: Ingin Menjadi Tiga Besar Daily Deals di Indonesia,' (<http://wartaekonomi.co.id/berita7213/diskoncom-ingin-menjadi-tiga-besar-daily-deals-di-indonesia.html> diakses pada 4 Februari 2013)

Statistik mengenai website MbakDiskon, dilihat di <http://www.statscrop.com/www/mbakdiskon.com>

Lain – lain

Martadipura, Bambang AP. 2008, 'Populasi dan Sampel (.pdf) ', (http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/JUR._PEND._MATEMATIKA/196412051990031-BAMBANG_AVIP_PRIATNA_M/MENENTUKAN_UKURAN_SAMPEL.pdf diakses 6 Oktober 2011).





Kuisisioner MbakDiskon.com

Kuisisioner ini merupakan instrumen untuk meneliti efektivitas Situs Mbak Diskon sebagai situs e-commerce. Harap semua pertanyaan diisi dan jangan dikosongkan. Segala jawaban menjadi tanggung jawab peneliti dan akan dipublikasikan jika mendapat persetujuan dari pemilik situs. Terima Kasih

* Required

Penilaian pada presentasi produk di website *

bagaimana penilaian Anda mengenai aspek - aspek visual (layout website dan display item) pada halaman deal dengan asosiasi - asosiasi di bawah ini

1 2 3 4 5

Statis ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Dinamis

Variasi tampilan *

1 2 3 4 5

Tidak Variatif ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Variatif

Tata Layout Website *

1 2 3 4 5

Layout berantakan ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Layout rapi

Preview kuisisioner pada situs <https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dDRwSDZZSDZzSGJuYU9lSDJYS09Md3c6MQ#gid=0>

Daftar Pertanyaan pada Kuisisioner

A. Penilaian pada Presentasi Produk

Aspek Visual						
Bagaimana penilaian anda mengenai aspek – aspek visual (<i>layout</i> website dan <i>display</i> produk) yang tampak pada halaman <i>deal</i> pada situs MbakDiskon.com?						
	1	2	3	4	5	
Statis						Dinamis
Tidak Variatif						Variatif
<i>Layout</i> berantakan						<i>Layout</i> rapih

Informasi Produk						
Bagaimana penilaian anda mengenai informasi produk (cara transaksi, review, deskripsi produk) yang tampak pada situs MbakDiskon.com?						
	1	2	3	4	5	
Tidak lengkap						Lengkap
Tidak akurat						Akurat
(Lanjutan hal 1)						
Bagaimana penilaian anda mengenai informasi produk (cara transaksi, review, deskripsi produk) yang tampak pada situs MbakDiskon.com?						
Informasi yang ada meragukan (<i>doubtful</i>)						Bisa dipercaya
Berbelit – belit						Mudah dimengerti

B. Persepsi Risiko

Pernyataan	Skala				
	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Finansial					
Harga <i>item</i> yang ditawarkan tergolong mahal bagi kondisi keuangan saya					
Biaya tambahan yang diberikan tinggi					

Dibandingkan harga asli, harga penawaran <i>item</i> pada situs MbakDiskon lebih mahal					
Biaya transaksi (transfer via bank) menambah mahal harga <i>item</i>					
Harga <i>item</i> yang ditawarkan lebih mahal daripada <i>online shopping</i> lain					
Sosial					
<i>Item</i> yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan lingkungan sosial saya (teman, keluarga, partner, relasi)					
Lingkungan sosial (teman, keluarga, partner, relasi) tidak terbiasa dengan metode transaksi pada MbakDiskon.com					
Orang terdekat (teman, partner, relasi) tidak merekomendasikan situs MbakDiskon.com					
Reputasi mbakdiskon.com sebagai situs jual beli tidak populer					
<i>Customer</i> memberikan penilaian (<i>review</i>) negatif terhadap MbakDiskon.com					
Kinerja					
Situs MbakDiskon.com tidak menawarkan banyak pilihan penawaran <i>item</i>					
<i>Item</i> yang ditawarkan pada situs mbakdiskon.com tidak sesuai dengan yang diberikan oleh <i>merchant</i>					
Pelayanan terhadap komplain tidak memuaskan					
Kupon pembayaran dari MbakDiskon.com sulit digunakan					
Proses penukaran kupon kepada <i>merchant</i> cukup sulit					
Psikologis					
Metode transaksi pada MbakDiskon.com tidak familiar					
Saya ragu dengan situs MbakDiskon.com					
Situs MbakDiskon.com tidak sesuai dengan karakteristik pribadi saya					
Saya kurang percaya diri ketika bertransaksi di MbakDiskon.com					

Item yang ditawarkan tidak sesuai dengan kepribadian saya					
Keamanan					
Proses transfer uang via bank ke mbakdiskon.com kurang aman					
Proses memasukkan data pribadi (<i>sign up</i>) yang disyaratkan tidak aman					
Proses pemberian kode pada saat konfirmasi kupon tidak aman					
Penggunaan kupon sebagai alat tukar ketika transaksi ke <i>merchant</i> tidak aman					
Proses transaksi menggunakan internet pada saat ini tidak memiliki keamanan yang baik					
Waktu / Kemudahan					
Proses <i>sign up</i> dan <i>sign in</i> merepotkan					
Proses pembelian kupon dalam transaksi merepotkan					
Proses pembayaran (transfer uang via bank) dan konfirmasi dalam transaksi berbelit – belit					
Proses penukaran kupon pada <i>merchant</i> menyusahkan					
Metode transaksi pada situs mbakdiskon.com membutuhkan waktu yang lama					

C. Intensi Membeli

Pernyataan	Skala				
	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Saya mempertimbangkan situs MbakDiskon.com sebagai salah satu situs belanja <i>online</i>					
Saya berniat untuk mencoba bertransaksi di situs MbakDiskon.com					
Saya berniat untuk menggunakan situs MbakDiskon.com sebagai pilihan utama belanja <i>online</i>					
Saya ingin memanfaatkan fitur <i>deal</i> , <i>review</i> , dan pencetakan kupon yang ada di situs ini					
Saya hendak membeli <i>item – item</i> yang ditawarkan pada situs MbakDiskon.com					

Daftar Indikator Pertanyaan

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Kode
Tingkat Penilaian Pada Presentasi Produk (X1)	Aspek Visual	Website Statis – Dinamis (Semantik Diferensial)	V1
		Website Tidak Variatif – Variatif	V2
		Layout Berantakan – Layout Rapih	V3
	Informasi Produk	Informasi Tidak Lengkap – Lengkap	I1
		Tidak Akurat – Akurat	I2
		Informasi yang ada meragukan – Informasi bisa dipercaya	I3
		Berbelit-belit – Mudah dimengerti	I4
Tingkat Persepsi Risiko (X2)	Risiko Finansial	Harga <i>item</i> yang ditawarkan tergolong mahal bagi kondisi keuangan saya	RF1
		Biaya tambahan yang diberikan tinggi	RF2
		Dibandingkan harga asli, harga penawaran <i>item</i> pada situs MbakDiskon lebih mahal	RF3
		Biaya transaksi (transfer via bank) menambah mahal harga <i>item</i>	RF4
		Harga <i>item</i> yang ditawarkan lebih mahal daripada <i>online shopping</i> lain	RF5
	Risiko Sosial	<i>Item</i> yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan lingkungan sosial saya (teman, keluarga, partner, relasi)	RS1
		Lingkungan sosial (teman, keluarga, partner, relasi) tidak	RS2

		terbiasa dengan metode transaksi pada MbakDiskon.com	
		Orang terdekat (teman, partner, relasi) tidak merekomendasikan situs MbakDiskon.com	RS3
		Reputasi mbakdiskon.com sebagai situs jual beli tidak populer	RS4
		<i>Customer</i> memberikan penilaian (<i>review</i>) negatif terhadap MbakDiskon.com	RS5
Risiko Kinerja		Situs MbakDiskon.com tidak menawarkan banyak pilihan penawaran <i>item</i>	RK1
		<i>Item</i> yang ditawarkan pada situs mbakdiskon.com tidak sesuai dengan yang diberikan oleh <i>merchant</i>	RK2
		Pelayanan terhadap komplain tidak memuaskan	RK3
		Kupon pembayaran dari MbakDiskon.com sulit digunakan	RK4
		Proses penukaran kupon kepada <i>merchant</i> cukup sulit	RK5
Risiko Psikologis		Metode transaksi pada MbakDiskon.com tidak familiar	RP1
		Saya ragu dengan situs MbakDiskon.com	RP2
		Situs MbakDiskon.com tidak sesuai dengan karakteristik	RP3

		pribadi saya	
		Saya kurang percaya diri ketika bertransaksi di MbakDiskon.com	RP4
		Item yang ditawarkan tidak sesuai dengan kepribadian saya	RP5
	Risiko Keamanan	Proses transfer uang via bank ke mbakdiskon.com kurang aman	RKe1
		Proses memasukkan data pribadi (<i>sign up</i>) yang disyaratkan tidak aman	RKe2
		Proses pemberian kode pada saat konfirmasi kupon tidak aman	RKe3
		Penggunaan kupon sebagai alat tukar ketika transaksi ke <i>merchant</i> tidak aman	RKe4
		Proses transaksi menggunakan internet pada saat ini tidak memiliki keamanan yang baik	RKe5
	Risiko Waktu/ Kemudahan	Proses <i>sign up</i> dan <i>sign in</i> merepotkan	RW1
		Proses pembelian kupon dalam transaksi merepotkan	RW2
		Proses pembayaran (transfer uang via bank) dan konfirmasi dalam transaksi berbelit – belit	RW3
		Proses penukaran kupon pada <i>merchant</i> menyusahkan	RW4
		Metode transaksi pada situs mbakdiskon.com membutuhkan waktu yang	RW5

		lama	
Tingkat Intensi Membeli		Saya mempertimbangkan situs MbakDiskon.com sebagai salah satu situs belanja <i>online</i>	lm1
		Saya berniat untuk mencoba bertransaksi di situs MbakDiskon.com	lm2
		Saya berniat untuk menggunakan situs MbakDiskon.com sebagai pilihan utama belanja <i>online</i>	lm3
		Saya ingin memanfaatkan fitur <i>deal</i> , <i>review</i> , dan pencetakan kupon yang ada di situs ini	lm4
		Saya hendak membeli <i>item</i> – <i>item</i> yang ditawarkan pada situs MbakDiskon.com	lm5

Validitas

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 13	1	.3	.3	.3
14	2	.6	.6	.9
16	3	.9	.9	1.7
17	4	1.1	1.1	2.9
18	4	1.1	1.1	4.0
19	7	2.0	2.0	6.0
20	7	2.0	2.0	8.0
21	13	3.7	3.7	11.7
22	7	2.0	2.0	13.8
23	22	6.3	6.3	20.1
24	21	6.0	6.0	26.1
25	24	6.9	6.9	33.0
26	27	7.7	7.7	40.7
27	19	5.4	5.4	46.1
28	28	8.0	8.0	54.2
29	36	10.3	10.3	64.5
30	28	8.0	8.0	72.5
31	24	6.9	6.9	79.4
32	32	9.2	9.2	88.5
33	15	4.3	4.3	92.8
34	9	2.6	2.6	95.4
35	16	4.6	4.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 30	2	.6	.6	.6
31	1	.3	.3	.9
35	1	.3	.3	1.1
36	1	.3	.3	1.4
37	1	.3	.3	1.7
39	2	.6	.6	2.3

41	1	.3	.3	2.6
42	1	.3	.3	2.9
43	1	.3	.3	3.2
46	2	.6	.6	3.7
47	2	.6	.6	4.3
48	1	.3	.3	4.6
49	2	.6	.6	5.2
50	4	1.1	1.1	6.3
51	2	.6	.6	6.9
52	4	1.1	1.1	8.0
53	1	.3	.3	8.3
54	9	2.6	2.6	10.9
55	3	.9	.9	11.7
56	4	1.1	1.1	12.9
57	6	1.7	1.7	14.6
58	2	.6	.6	15.2
59	5	1.4	1.4	16.6
60	10	2.9	2.9	19.5
61	6	1.7	1.7	21.2
62	7	2.0	2.0	23.2
63	10	2.9	2.9	26.1
64	9	2.6	2.6	28.7
65	7	2.0	2.0	30.7
66	10	2.9	2.9	33.5
67	11	3.2	3.2	36.7
68	15	4.3	4.3	41.0
69	12	3.4	3.4	44.4
70	8	2.3	2.3	46.7
71	8	2.3	2.3	49.0
72	13	3.7	3.7	52.7
73	9	2.6	2.6	55.3
74	9	2.6	2.6	57.9
75	6	1.7	1.7	59.6
76	6	1.7	1.7	61.3
77	9	2.6	2.6	63.9
78	9	2.6	2.6	66.5
79	11	3.2	3.2	69.6

80	10	2.9	2.9	72.5
81	10	2.9	2.9	75.4
82	6	1.7	1.7	77.1
83	8	2.3	2.3	79.4
84	3	.9	.9	80.2
85	4	1.1	1.1	81.4
86	4	1.1	1.1	82.5
87	3	.9	.9	83.4
88	2	.6	.6	84.0
89	6	1.7	1.7	85.7
90	9	2.6	2.6	88.3
91	9	2.6	2.6	90.8
92	2	.6	.6	91.4
93	5	1.4	1.4	92.8
94	6	1.7	1.7	94.6
95	4	1.1	1.1	95.7
96	1	.3	.3	96.0
97	2	.6	.6	96.6
98	2	.6	.6	97.1
100	1	.3	.3	97.4
101	2	.6	.6	98.0
103	2	.6	.6	98.6
105	1	.3	.3	98.9
107	1	.3	.3	99.1
115	1	.3	.3	99.4
117	1	.3	.3	99.7
118	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Y				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10	.9	.9	.9
	11	.6	.6	1.4
	12	1.1	1.1	2.6
	13	.3	.3	2.9

14	4	1.1	1.1	4.0
15	9	2.6	2.6	6.6
16	12	3.4	3.4	10.0
17	14	4.0	4.0	14.0
18	34	9.7	9.7	23.8
19	86	24.6	24.6	48.4
20	75	21.5	21.5	69.9
21	25	7.2	7.2	77.1
22	19	5.4	5.4	82.5
23	19	5.4	5.4	88.0
24	15	4.3	4.3	92.3
25	27	7.7	7.7	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Reliability X1

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	349	84.5
	Excluded ^a	64	15.5
	Total	413	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	7

Reliability X2

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	349	84.5
	Excluded ^a	64	15.5
	Total	413	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	30

Reliability Y

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	349	84.5
	Excluded ^a	64	15.5
	Total	413	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	5

Frequency Table

Aspek Visual Website (Statis-Dinamis)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Rendah	26	7.4	7.4	7.4
	Sedang	102	29.2	29.2	36.7
	Cukup Tinggi	166	47.6	47.6	84.2
	Tinggi	55	15.8	15.8	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

Aspek Visual (Tidak Variatif - Variatif)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	3	.9	.9	.9
	Cukup Rendah	31	8.9	8.9	9.7
	Sedang	109	31.2	31.2	41.0
	Cukup Tinggi	129	37.0	37.0	77.9
	Tinggi	77	22.1	22.1	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

Aspek Visual (Layout berantakan - Layout Rapih)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	6	1.7	1.7	1.7
	Cukup Rendah	36	10.3	10.3	12.0
	Sedang	86	24.6	24.6	36.7
	Cukup Tinggi	137	39.3	39.3	75.9
	Tinggi	84	24.1	24.1	100.0
	Total	349	100.0	100.0	

Informasi Produk (Lengkap - Tidak Lengkap)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	1	.3	.3	.3

Cukup Rendah	30	8.6	8.6	8.9
Sedang	69	19.8	19.8	28.7
Cukup Tinggi	112	32.1	32.1	60.7
Tinggi	137	39.3	39.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Informasi Produk (Tidak Akurat - Akurat)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	1	.3	.3	.3
Cukup Rendah	18	5.2	5.2	5.4
Sedang	64	18.3	18.3	23.8
Cukup Tinggi	144	41.3	41.3	65.0
Tinggi	122	35.0	35.0	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Informasi Produk (Meragukan - Bisa Dipercaya)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	1	.3	.3	.3
Cukup Rendah	14	4.0	4.0	4.3
Sedang	49	14.0	14.0	18.3
Cukup Tinggi	125	35.8	35.8	54.2
Tinggi	160	45.8	45.8	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Informasi Produk (Berbelit - Mudah dimengerti)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rendah	6	1.7	1.7	1.7
Cukup Rendah	34	9.7	9.7	11.5
Sedang	65	18.6	18.6	30.1
Cukup Tinggi	130	37.2	37.2	67.3
Tinggi	114	32.7	32.7	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Harga item yang ditawarkan tergolong mahal bagi kondisi keuangan saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	8	2.3	2.3	2.3
Tidak Setuju	121	34.7	34.7	37.0
Netral	170	48.7	48.7	85.7
Setuju	46	13.2	13.2	98.9
Sangat Setuju	4	1.1	1.1	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Biaya tambahan yang diberikan tinggi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	22	6.3	6.3	6.3
Tidak Setuju	140	40.1	40.1	46.4
Netral	122	35.0	35.0	81.4
Setuju	57	16.3	16.3	97.7
Sangat Setuju	8	2.3	2.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Dibandingkan harga asli, harga penawaran item pada situs MbakDiskon lebih mahal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	74	21.2	21.2	21.2
Tidak Setuju	212	60.7	60.7	81.9
Netral	54	15.5	15.5	97.4
Setuju	8	2.3	2.3	99.7
Sangat Setuju	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Biaya transaksi (transfer via bank) menambah mahal harga item

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	26	7.4	7.4	7.4
Tidak Setuju	145	41.5	41.5	49.0
Netral	91	26.1	26.1	75.1
Setuju	63	18.1	18.1	93.1
Sangat Setuju	24	6.9	6.9	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Harga item yang ditawarkan lebih mahal daripada online shopping lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	34	9.7	9.7	9.7
Tidak Setuju	171	49.0	49.0	58.7
Netral	121	34.7	34.7	93.4
Setuju	21	6.0	6.0	99.4
Sangat Setuju	2	.6	.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Item yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebiasaan dan kebutuhan lingkungan sosial saya (teman, keluarga, partner, relasi)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	19	5.4	5.4	5.4
Tidak Setuju	193	55.3	55.3	60.7
Netral	104	29.8	29.8	90.5
Setuju	30	8.6	8.6	99.1
Sangat Setuju	3	.9	.9	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Lingkungan sosial (teman, keluarga, partner, relasi) tidak terbiasa dengan metode transaksi pada MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	16	4.6	4.6	4.6
Tidak Setuju	136	39.0	39.0	43.6

Netral	101	28.9	28.9	72.5
Setuju	89	25.5	25.5	98.0
Sangat Setuju	7	2.0	2.0	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Orang terdekat (teman, partner, relasi) tidak merekomendasikan situs MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	44	12.6	12.6	12.6
Tidak Setuju	166	47.6	47.6	60.2
Netral	83	23.8	23.8	84.0
Setuju	54	15.5	15.5	99.4
Sangat Setuju	2	.6	.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Reputasi mbakdiskon.com sebagai situs jual beli tidak populer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	66	18.9	18.9	18.9
Tidak Setuju	177	50.7	50.7	69.6
Netral	78	22.3	22.3	92.0
Setuju	26	7.4	7.4	99.4
Sangat Setuju	2	.6	.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Customer memberikan penilaian (review) negatif terhadap MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	63	18.1	18.1	18.1
Tidak Setuju	196	56.2	56.2	74.2
Netral	82	23.5	23.5	97.7
Setuju	7	2.0	2.0	99.7
Sangat Setuju	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Situs MbakDiskon.com tidak menawarkan banyak pilihan penawaran item

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	19	5.4	5.4	5.4
Tidak Setuju	117	33.5	33.5	39.0
Netral	88	25.2	25.2	64.2
Setuju	110	31.5	31.5	95.7
Sangat Setuju	15	4.3	4.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Item yang ditawarkan pada situs mbakdiskon.com tidak sesuai dengan yang diberikan oleh merchant

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	24	6.9	6.9	6.9
Tidak Setuju	194	55.6	55.6	62.5
Netral	117	33.5	33.5	96.0
Setuju	14	4.0	4.0	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Pelayanan terhadap komplain tidak memuaskan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	26	7.4	7.4	7.4
Setuju	125	35.8	35.8	43.3
Netral	182	52.1	52.1	95.4
Setuju	15	4.3	4.3	99.7
Sangat Setuju	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Kupon pembayaran dari MbakDiskon.com sulit digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	60	17.2	17.2	17.2
Tidak Setuju	185	53.0	53.0	70.2
Netral	85	24.4	24.4	94.6

Setuju	16	4.6	4.6	99.1
Sangat Setuju	3	.9	.9	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses penukaran kupon kepada merchant cukup sulit

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	55	15.8	15.8	15.8
Tidak Setuju	178	51.0	51.0	66.8
Netral	79	22.6	22.6	89.4
Setuju	29	8.3	8.3	97.7
Sangat Setuju	8	2.3	2.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Metode transaksi pada MbakDiskon.com tidak familiar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	43	12.3	12.3	12.3
Tidak Setuju	196	56.2	56.2	68.5
Netral	66	18.9	18.9	87.4
Sangat Setuju	35	10.0	10.0	97.4
Sangat Setuju	9	2.6	2.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya ragu dengan situs MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	80	22.9	22.9	22.9
Tidak Setuju	195	55.9	55.9	78.8
Netral	57	16.3	16.3	95.1
Setuju	14	4.0	4.0	99.1
Sangat Setuju	3	.9	.9	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Situs MbakDiskon.com tidak sesuai dengan karakteristik pribadi saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	58	16.6	16.6	16.6
Tidak Setuju	190	54.4	54.4	71.1
Netral	85	24.4	24.4	95.4
Setuju	15	4.3	4.3	99.7
Sangat Setuju	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya kurang percaya diri ketika bertransaksi di MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	66	18.9	18.9	18.9
Tidak Setuju	204	58.5	58.5	77.4
Netral	50	14.3	14.3	91.7
Setuju	24	6.9	6.9	98.6
Sangat Setuju	5	1.4	1.4	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Item yang ditawarkan tidak sesuai dengan kepribadian saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	45	12.9	12.9	12.9
Tidak Setuju	184	52.7	52.7	65.6
Netral	91	26.1	26.1	91.7
Setuju	25	7.2	7.2	98.9
Sangat Setuju	4	1.1	1.1	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses transfer uang via bank ke mbakdiskon.com kurang aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	50	14.3	14.3	14.3
Tidak Setuju	188	53.9	53.9	68.2
Netral	92	26.4	26.4	94.6

Setuju	17	4.9	4.9	99.4
Sangat Setuju	2	.6	.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses transfer uang via bank ke mbakdiskon.com kurang aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	50	14.3	14.3	14.3
Tidak Setuju	188	53.9	53.9	68.2
Netral	92	26.4	26.4	94.6
Setuju	17	4.9	4.9	99.4
Sangat Setuju	2	.6	.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses memasukkan data pribadi (sign up) yang disyaratkan tidak aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	41	11.7	11.7	11.7
Tidak Setuju	187	53.6	53.6	65.3
Netral	97	27.8	27.8	93.1
Setuju	23	6.6	6.6	99.7
Sangat Setuju	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses pemberian kode pada saat konfirmasi kupon tidak aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	45	12.9	12.9	12.9
Tidak Setuju	186	53.3	53.3	66.2
Netral	101	28.9	28.9	95.1
Setuju	16	4.6	4.6	99.7
Sangat Setuju	1	.3	.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Penggunaan kupon sebagai alat tukar ketika transaksi ke merchant tidak aman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	49	14.0	14.0	14.0
Tidak Setuju	177	50.7	50.7	64.8
Netral	88	25.2	25.2	90.0
Setuju	33	9.5	9.5	99.4
Sangat Setuju	2	.6	.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses transaksi menggunakan internet pada saat ini tidak memiliki keamanan yang baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	26	7.4	7.4	7.4
Tidak Setuju	116	33.2	33.2	40.7
Netral	143	41.0	41.0	81.7
Setuju	60	17.2	17.2	98.9
Sangat Setuju	4	1.1	1.1	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses sign up dan sign in merepotkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	38	10.9	10.9	10.9
Tidak Setuju	204	58.5	58.5	69.3
Netral	66	18.9	18.9	88.3
Setuju	38	10.9	10.9	99.1
Sangat Setuju	3	.9	.9	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses pembelian kupon dalam transaksi merepotkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	33	9.5	9.5	9.5
Tidak Setuju	175	50.1	50.1	59.6

Netral	81	23.2	23.2	82.8
Setuju	57	16.3	16.3	99.1
Sangat Setuju	3	.9	.9	100.0
Total	349	100.0	100.0	

**Proses pembayaran (transfer uang via bank) dan konfirmasi dalam transaksi berbelit –
belit**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	28	8.0	8.0	8.0
Tidak Setuju	145	41.5	41.5	49.6
Netral	89	25.5	25.5	75.1
Setuju	76	21.8	21.8	96.8
Sangat Setuju	11	3.2	3.2	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Proses penukaran kupon pada merchant menyusahkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	37	10.6	10.6	10.6
Tidak Setuju	177	50.7	50.7	61.3
Netral	84	24.1	24.1	85.4
Setuju	44	12.6	12.6	98.0
Sangat Setuju	7	2.0	2.0	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Metode transaksi pada situs mbakdiskon.com membutuhkan waktu yang lama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	32	9.2	9.2	9.2
Tidak Setuju	142	40.7	40.7	49.9
Netral	101	28.9	28.9	78.8
Setuju	67	19.2	19.2	98.0
Sangat Setuju	7	2.0	2.0	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya mempertimbangkan situs MbakDiskon.com sebagai salah satu situs belanja online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	1	.3	.3	.3
Tidak Setuju	16	4.6	4.6	4.9
Netral	41	11.7	11.7	16.6
Setuju	219	62.8	62.8	79.4
Sangat Setuju	72	20.6	20.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya berniat untuk mencoba bertransaksi di situs MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	1	.3	.3	.3
Tidak Setuju	7	2.0	2.0	2.3
Netral	21	6.0	6.0	8.3
Setuju	218	62.5	62.5	70.8
Sangat Setuju	102	29.2	29.2	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya berniat untuk menggunakan situs MbakDiskon.com sebagai pilihan utama belanja online

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Tidak Setuju	5	1.4	1.4	1.4
Tidak Setuju	33	9.5	9.5	10.9
Netral	136	39.0	39.0	49.9
Setuju	126	36.1	36.1	86.0
Sangat Setuju	49	14.0	14.0	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya ingin memanfaatkan fitur deal, review, dan pencetakan kupon yang ada di situs ini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	1.4	1.4	1.4
Netral	58	16.6	16.6	18.1
Valid Setuju	208	59.6	59.6	77.7
Sangat Setuju	78	22.3	22.3	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Saya hendak membeli item – item yang ditawarkan pada situs MbakDiskon.com

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	4	1.1	1.1	1.1
Netral	48	13.8	13.8	14.9
Valid Setuju	218	62.5	62.5	77.4
Sangat Setuju	79	22.6	22.6	100.0
Total	349	100.0	100.0	

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.443 ^a	.196	.191	2.570

a. Predictors: (Constant), X2, X1

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	557.140	2	278.570	42.179	.000 ^b
Residual	2285.158	346	6.605		
Total	2842.298	348			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.803	1.633		13.351	.000
	X1	.097	.037	.156	2.648	.008
	X2	-.065	.011	-.335	-5.692	.000

a. Dependent Variable: Y

