

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden yang dilakukan maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas responden berdasarkan tahun kelahiran adalah mereka yang tahun kelahirannya rentang 2001-2005 yaitu sebanyak 121 orang dengan persentase 57,9%.
2. Mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin adalah responden perempuan yaitu sebanyak 153 orang dengan persentase 73,2%.
3. Mayoritas responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh mahasiswa yaitu sebanyak 132 orang dengan persentase 63,2%.
4. Mayoritas responden berdasarkan frekuensi belanja online dalam sebulan didominasi dengan responden yang berbelanja sebanyak 1 dan 2 kali dalam sebulan yaitu 52 orang dengan persentase 24,9% berbelanja satu kali dalam sebulan dan 52 orang dengan persentase 24,9% berbelanja dua kali dalam sebulan.
5. Mayoritas responden berdasarkan kategori produk didominasi dengan responden yang berbelanja pakaian, obat-obatan, atau skincare yaitu sebanyak 131 orang dengan persentase 62,7%.
6. Mayoritas responden berdasarkan perangkat yang digunakan untuk berbelanja online adalah mereka yang menggunakan perangkat seluler yaitu sebanyak 207 orang dengan persentase 99%.

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

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa manfaat pembelian online yang dipersepsikan oleh generasi Z berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar  $2.860 > 1.96$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0.004 < 0.05$ .
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji oleh peneliti, dapat dilihat bahwa kerugian pembelian yang dipersepsikan oleh generasi Z berpengaruh positif

terhadap niat pembelian kembali. Hal ini dibuktikan dengan t-statistik sebesar 2.248 > 1.96 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.025 < 0.05$ .

3. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepemilikan psikologis generasi Z berpengaruh positif terhadap niat pembelian kembali. Hal ini dapat dilihat hasil uji t sebesar 2.544 > 1.96 dan nilai signifikansi sebesar  $0.011 < 0.05$

4. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepemilikan psikologis memoderasi pengaruh manfaat pembelian *online* yang dipersepsikan oleh generasi Z terhadap niat pembelian kembali. Hal ini dilihat dari hasil t-statistik senilai 3.170 > 1.96 dan dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu *P-Value* sebesar  $0.002 < 0.05$

5. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kepemilikan psikologis tidak memoderasi pengaruh kerugian pembelian *online* yang dipersepsikan oleh generasi Z terhadap niat pembelian kembali Hal ini dapat dilihat dari hasil dari *P-Value* juga menunjukkan  $0.836 > 0.05$

## 5.2 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya berfokus meneliti E-Commerce Shopee.
2. Data yang dikumpulkan didapatkan melalui hasil kuesioner secara online melalui Google Forms sehingga memungkinkan adanya rentan terhadap bias.
3. Pengujian ini hanya berfokus pada nilai persepsi konsumen dalam hal manfaat dan kerugian saja, sedangkan nilai lain tidak diikutsertakan dalam pengujian.

## 5.3 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan e-commerce lain.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mendapatkan data dengan hasil yang baik, pengambilan data dapat dilakukan secara online atau offline untuk mengurangi kerentanan terhadap bias.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengujian yang tidak hanya berfokus pada nilai manfaat dan nilai kerugian. Namun, persepsi nilai lain yang dirasakan konsumen dapat diikutsertakan dalam pengujian.

#### **5.4 Implikasi Manajerial**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa konsumen yang merupakan pengguna Shopee khususnya generasi Z mempertimbangkan manfaat pembelian online yang mereka terima untuk memutuskan apakah ingin melakukan pembelian kembali atau tidak. Semakin besar manfaat pembelian online yang mereka terima maka semakin tinggi niat mereka untuk melakukan pembelian kembali di Shopee. Hal ini diharapkan dapat menjadi perhatian penting bagi e-commerce khususnya Shopee jika ingin meningkatkan penjualan dan menasar generasi Z sebagai konsumen maka Shopee perlu meningkatkan berbagai manfaat pembelian yang membuat konsumen khususnya generasi Z lebih memilih untuk membeli secara online di Shopee daripada membeli di e-commerce lain ataupun membeli secara offline.

Tak hanya itu, dari hasil penelitian ditemukan bahwa kerugian pembelian online adalah risiko yang seringkali terjadi ketika melakukan pembelian online dan generasi Z menyadari dan memaklumi jika terjadi kerugian-kerugian yang dialami, namun hal ini tidak membuat konsumen trauma. Namun alangkah lebih baik, di era gempuran banyaknya e-commerce yang sedang berkembang dan menawarkan berbagai manfaat serta meminimalisir kerugian, dapat menjadi catatan bagi Shopee untuk mengevaluasi lagi mengenai kerugian yang memang tidak fatal dan juga meminimalisir kerugian, sehingga konsumen akan selalu lebih memilih belanja di Shopee jika memang Shopee mampu meminimalisir kerugian yang diterima konsumen maka konsumen akan tetap memilih Shopee daripada e-commerce lain.

Kemudian, dari hasil penelitian yang dilakukan ditemukan adanya hubungan kepemilikan psikologis terhadap niat pembelian kembali. Jika dahulu kepemilikan psikologis digunakan untuk mengukur loyalitas karyawan terhadap perusahaan, maka seiring dengan perkembangan jaman, kepemilikan psikologis

dijadikan sebagai salah satu variabel dalam pemasaran, maka Shopee harus mempelajari apa saja nilai-nilai dari kepemilikan psikologis yang mampu meningkatkan niat pembelian kembali mereka. Strategis ini dapat dilakukan Shopee, karena dunia marketing adalah dinamis sehingga Shopee perlu mempelajari tren-tren apa saja yang ada di masyarakat.

Lalu, pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan psikologis berhasil memoderasi hubungan antara manfaat pembelian online dan niat pembelian kembali, sehingga Shopee dapat meningkatkan manfaat dan mendorong kepemilikan psikologis mereka untuk terus melakukan pembelian di Shopee.

Dan yang terakhir, hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa kepemilikan psikologis tidak terbukti memoderasi hubungan antara kerugian pembelian online dan niat pembelian kembali. Hal ini bisa menjadi evaluasi Shopee untuk meminimalisir kerugian pembelian online karena dalam penelitian ini, generasi Z tidak menyadari adanya kepemilikan psikologis yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian online dikarenakan adanya kerugian, maka dengan meminimalisir kerugian yang ada, Shopee mampu bertahan di pangsa pasar konsumen generasi Z.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Shouk, M., Megicks, P., & Lim, W. M. (2013). Perceived Benefits and E-Commerce Adoption by SME Travel Agents in Developing Countries: Evidence from Egypt. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 37(4). <https://doi.org/10.1177/1096348012442544>
- Adi, K., & Sari, T. (2022). Nomor 2 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 10).
- Asri, R., Sati, S., & Ramaditya, M. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*.
- Asatryan, V. S., Slevitch, L., Larzelere, R., Morosan, C., & Kwun, D. J. (2013). Effects of psychological ownership on students' commitment and satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 25(4). <https://doi.org/10.1080/10963758.2013.850294>
- Fitri, R. A., & Wulandari, R. (2020). ONLINE PURCHASE INTENTION FACTORS IN INDONESIAN MILLENNIAL. *International Review of Management and Marketing*, 10(3), 122–127. <https://doi.org/10.32479/irmm.9852>
- Georgiev, G., Gupta, B., & Kunkel, T. (2003). Georgiev\_Gupta\_Kunkel. *The Journal of Portfolio Management*, 29.
- Gong, X., Ye, Z., Liu, K., & Wu, N. (2020). The effects of live platform exterior design on sustainable impulse buying: Exploring the mechanisms of self-efficacy and psychological ownership. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12062406>
- 'Gordon, K., & 'Bhowan, A. (2005). Factors that influence online shopping behaviour. *Sabinet Journals*, 12(1a).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Moderation Analysis*. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_8)

- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023 diakses pada tanggal 3 Maret 2023 melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Jain, R., & Kulhar, M. (2019). Barriers to online shopping. *International Journal of Business Information Systems*, 30(1). <https://doi.org/10.1504/ijbis.2019.10018103>
- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2). <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- Li, Y., & Joo, J. (2023). The Mediating Effect of Psychological Ownership on the Relationship between Value Co-Creation and the In-App Purchasing Intention of Mobile Games Players. *Behavioral Sciences*, 13(3), 205. <https://doi.org/10.3390/bs13030205>
- Loizos, P. (2007). “Generations” in forced migration: Towards greater clarity. *Journal of Refugee Studies*, 20(2). <https://doi.org/10.1093/jrs/fem012>
- Rachmasanti, W. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kebermanfaatan, Keberagaman Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada.co.id. *Jurnal Manajemen Update*, Vol 7, No 2 (2018): *Jurnal Mahasiswa Manajemen*.
- More, E. R., & Suprpti. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Manajemen, Akuntansi Dan Ekonomi*.
- Mutia Cindy. (2019) diakses pada tanggal 3 Maret 2023 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023>
- Nguyen, D. T. N., Hoang, S. D., Chovancová, M., & Tran, K. H. (2022). The Influence of the Generation Z’s Perception and Psychological Ownership on repurchase Intention of e-shopping: Evidence from Vietnam. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 9(2). <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i2.792>

- Pavlou, P. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7, 101–134.
- Peck, J., Kirk, C. P., Luangrath, A. W., & Shu, S. B. (2021). Caring for the Commons: Using Psychological Ownership to Enhance Stewardship Behavior for Public Goods. *Journal of Marketing*, 85(2). <https://doi.org/10.1177/0022242920952084>
- Prastya, D. (2018). Penerapan Electronic Commerce (E-Commerce) Pada Karya Pahala 2 Magetan Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Kulit. *Repository Muhammadiyah University of Ponorogo*.
- Priyogutomo, D. C. J., Ekonomi, F., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2011). *PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGEMASAN PRODUK DI INDONESIA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*.
- Ristanovic, I., Damme, K. S. F., DeVyllder, J. E., Schiffman, J., & Mittal, V. A. (2022). Cannabis use, self-perceived risk, perceived peer approval and parental attitudes among youth at clinical high-risk for psychosis. *Early Intervention in Psychiatry*, 16(3). <https://doi.org/10.1111/eip.13153>
- Robbins, J. E., Abramson, J., & Hollingshead, C. A. (1999). An inter-regional study of american students' attitudes toward international business courses and careers. *Journal of Teaching in International Business*, 11(4). [https://doi.org/10.1300/J066v11n04\\_03](https://doi.org/10.1300/J066v11n04_03)
- Rosillo-Díaz, E., Blanco-Encomienda, F. J., & Crespo-Almendros, E. (2020). A cross-cultural analysis of perceived product quality, perceived risk and purchase intention in e-commerce platforms. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/JEIM-06-2019-0150>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung:
- Alfabeta.Syahputra, A., & Putra, H. R. (2020). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KEGIATAN KULIAH PENGABDIAN MASYARAKAT (KPM). *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v11i1.349>

- Villalobos Monge, A. (2021). *RISK WHEN BUYING FOOD BY E-COMMERCE: WHAT FACTORS INFLUENCE THE CONSUMER'S PERCEPTION OF RISK?* 9(3), 203–214.
- Wood, S. (2013). *Generation Z as Consumers: Trends and Innovation.*
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding fintech platform adoption: Impacts of perceived value and perceived risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5). <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>





## LAMPIRAN 1: Kuesioner

0.1 Email berbelaanja di Shopee selama 1 tahun terakhir

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan 5-10 menit waktunya untuk mengisi kuisisioner penelitian ini.

Atas kesediaan Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Apabila terdapat pertanyaan ketika mengisi kuisisioner ini, silahkan Saudara/i dapat mengirimkan email ke [jovanianatasha23@gmail.com](mailto:jovanianatasha23@gmail.com)

[jovanianatasha23@gmail.com](mailto:jovanianatasha23@gmail.com) [Ganti akun](#)

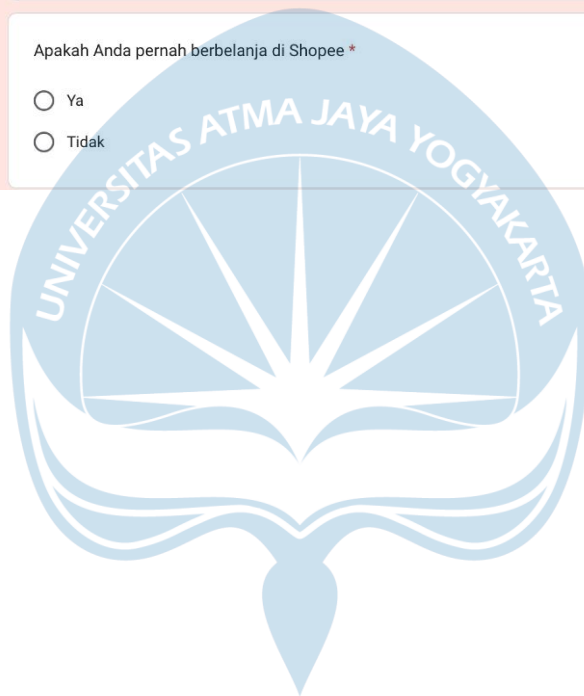
Tidak dibagikan

**\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

Apakah Anda pernah berbelanja di Shopee \*

Ya

Tidak



Bagian 1

Informasi Demografis

Tahun Kelahiran \*

- 1995 - 2000
- 2001 - 2005
- 2006 - 2009

Jenis Kelamin \*

- Perempuan
- Laki-laki

Pekerjaan \*

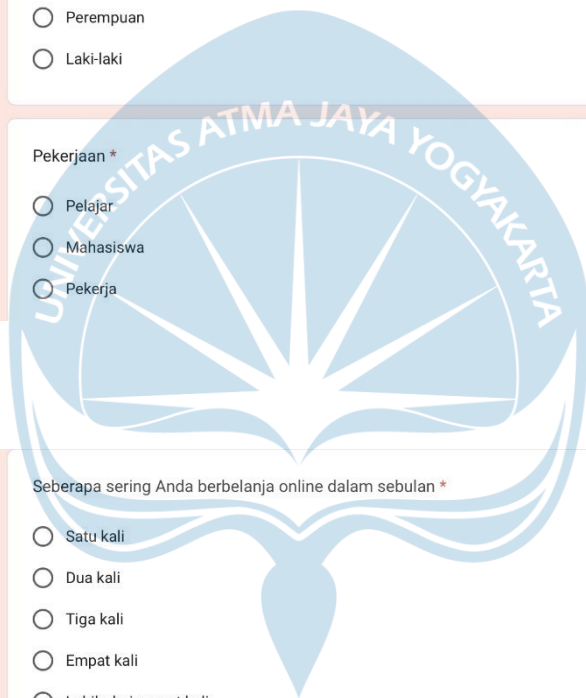
- Pelajar
- Mahasiswa
- Pekerja

Seberapa sering Anda berbelanja online dalam sebulan \*

- Satu kali
- Dua kali
- Tiga kali
- Empat kali
- Lebih dari empat kali

Kategori produk apa yang biasanya Anda beli secara online? \*

- Makanan segar
- Makanan dan minuman kering
- Pakaian, obat-obatan, atau skincare
- Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga
- Yang lain: \_\_\_\_\_



Perangkat apa yang biasanya Anda gunakan untuk berbelanja online \*

- Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
- Komputer / laptop

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

### Bagian 2 Niat Pembelian Kembali

Pilihlah jawaban yang dianggap paling sesuai

Petunjuk:

- 1 = Sangat tidak setuju
- 2 = Tidak setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat setuju

Saya terus berbelanja di Shopee \*

- 1      2      3      4      5
- Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya meningkatkan frekuensi belanja di Shopee \*

- 1      2      3      4      5
- Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Shopee \*

- 1      2      3      4      5
- Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Bagian 3 Manfaat Pembelian Online di Shopee yang Dirasakan

Pilihlah jawaban yang dianggap paling sesuai

Petunjuk:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Saya berbelanja online di Shopee untuk tujuan keamanan dan kenyamanan \*

1      2      3      4      5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya berbelanja online di Shopee karena adanya transparansi harga dan komparabilitas \*

1      2      3      4      5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya berbelanja di Shopee karena dapat dipesan kapan saja, dimana saja, dan menerima barang yang dipesan tepat waktu \*

1      2      3      4      5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya berbelanja di Shopee karena adanya berbagai bentuk pembayaran yang dapat diterima: COD, kartu kredit / debit, transfer bank, shopeepay \*

1      2      3      4      5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya berbelanja di Shopee karena ada banyak informasi tentang produk \*

1      2      3      4      5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Saya berbelanja di Shopee karena terdapat diskon atau promo yang ditawarkan \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya berbelanja di Shopee karena dapat menghemat waktu dalam berbelanja \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

#### Bagian 4 Kerugian Pembelian Online di Shopee yang Dirasakan

Pilihlah jawaban yang dianggap paling sesuai

Petunjuk:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Saya yakin dengan produk yang saya beli tanpa melihat langsung \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir dengan biaya pengiriman yang tinggi \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir jika Saya menerima barang setelah 2 hari atau lebih \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir menerima barang yang salah \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir menerima layanan yang kurang memuaskan saat berbelanja \*  
di Shopee

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir adanya hambatan internet saat berbelanja di Shopee \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir jika barang yang Saya butuhkan tidak tersedia di Shopee \*

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Saya tidak khawatir dengan risiko keamanan data pribadi saat berbelanja online \*  
di Shopee

1 2 3 4 5

Sangat tidak setuju      Sangat setuju

Bagian 5 Kepemilikan Psikologis Pembelian Online di Shopee

Pilihlah jawaban yang dianggap paling sesuai

Petunjuk:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

Saya memiliki ikatan dengan platform Shopee \*

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasakan keakraban yang kuat dengan Shopee \*

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa terhubung secara pribadi dengan Shopee \*

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

## LAMPIRAN 2: Respon Kuesioner

Apakah Anda pernah berbelanja di Shopee	Tahun Kelahiran	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Seberapa sering Anda berbelanja online dalam sebulan?	Kategori produk apa yang biasanya Anda beli secara online?	Perangkat apa yang biasanya Anda gunakan untuk berbelanja online?
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Makanan segar	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Apa yang saya suka	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pelajar	Satu kali	Makanan segar	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)



Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Vaping Product	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Skincare, baju, make up	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Pekerja	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Koleksi	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	pakaian/dekorasi	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, Sepatu, Peralatan Olahraga, dll.	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Makanan segar	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Buku	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Lebih dari empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Komputer / laptop
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Skincare, fashion, makanan dan minuman	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Satu kali	Pakaian, aksesoris, dekorasi kamar.	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Lebih dari empat kali	Makanan segar	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pelajar	Satu kali	album kpop, hoodie	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pelajar	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Makeup, skincare, perabotan, kertas	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Pekerja	Lebih dari empat kali	bahan makanan, alat elektronik dan semua alat rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	peralatan dan perlengkapan hewan	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Empat kali	Efek gitar	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Tiga kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Komputer / laptop
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)



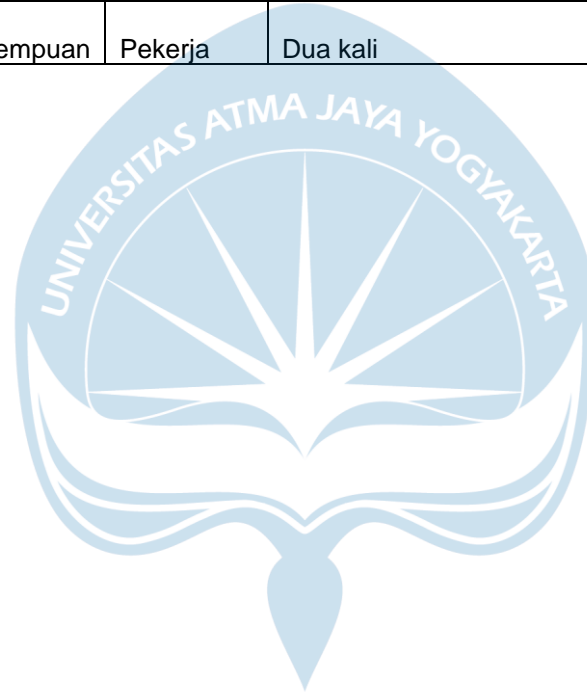
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Dua kali	baju	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	barang	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Tiga kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Lebih dari empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Pelajar	Tiga kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Empat kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Alat rumah tangga, skincare, make up dan pakaian	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Lebih dari empat kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Tiga kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Laki-laki	Pelajar	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Laki-laki	Pelajar	Satu kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Satu kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Empat kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Lebih dari empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Dua kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2006 - 2009	Perempuan	Pelajar	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Tiga kali	Makanan dan minuman kering	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Empat kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)

Ya	1995 - 2000	Laki-laki	Pekerja	Satu kali	Dekorasi, alat elektronik, atau peralatan rumah tangga	Perangkat seluler Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Laki-laki	Mahasiswa	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	2001 - 2005	Perempuan	Mahasiswa	Tiga kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)
Ya	1995 - 2000	Perempuan	Pekerja	Dua kali	Pakaian, obat-obatan, atau skincare	Perangkat seluler (Smartphone / tablet)



### LAMPIRAN 3: Hasil Kuesioner

**Y: Niat Pembelian Kembali**

**X1: Manfaat Pembelian Online**

**X2: Kerugian Pembelian Online**

**M: Kepemilikan Psikologis**

Y1	Y2	Y3	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	M1	M2	M3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	2	2	2	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	2	2	2	1	2	2	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	2	2	1	4	4	1
4	2	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	1	2	5	5	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	1	3	4	4	4	1
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	2	1	1	2	4	4	4	5	5	2
5	5	5	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	2	1	1	1	2	4	4	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	2	4	1	1	4	4	4	4	2	2
4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	2	2	4	5	5	4	4

5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	2	2	2	1	1	1	2	1	4	2	1
5	5	2	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	1	1	2	5	2	5	4	1
4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	1	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	1	1	1	2	2	4	5	2
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	4	4	1	2	2	2	2	5	2	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	1	1	2	2	4	4	4	3
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	1	1	2	2	2	2	5	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	1	2	2	2	4	5	2	2
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	2	4	1	1	1	3	1	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	2	4	4	1	1	2
4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	1	1	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2
5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	1	1	2	4	2	1	4	2
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	2	2	2	3	4	4	2
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	2	3	2	2	3	4	2	4	4	3
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	2	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	3	4	4	1	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	3	1	4	4	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3	4	5	4	4
4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4

5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2	2	3	3	4	4	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	1	3	4	3	4	4	3
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3
4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	2	2	3	3	3	4	5	3
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	2	2	1	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	2	4	2	4	4	3
3	2	3	2	2	4	4	3	4	4	2	2	2	4	4	3	4	2	5	5	3
4	4	3	4	5	4	2	4	5	5	3	2	3	1	1	1	2	2	4	4	1
4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	2	2	4	3	2	4	2	4	4	5
2	1	4	3	5	5	5	5	5	5	3	4	1	2	1	1	1	1	4	5	1
3	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	2	2	1	1	3	3	2	4	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	3	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	3	2	4	4	3	2	3	3	4	4	3
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	5	5	3
5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	2	2	3	1	1	4	2	3	4	4	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	2	2	1	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3
1	1	3	5	4	5	5	3	2	2	2	4	4	1	1	3	3	4	4	5	4
2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	1	1	1	4	4	1
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	4	1	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	2	1	3	3	2	3	4	4	3



3	4	5	3	5	2	5	5	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	1	3	4	3	3	3	3
3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	2	4	2	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	4	2	4	3	3
3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	3	4	2	4	4	2
2	4	3	2	3	4	2	2	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2
5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	2	2	1	2	2	4	1	4	4	2
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	2	2	4	2	2	3	4	4	5	5	5
5	4	5	4	5	4	3	3	4	3	2	4	5	3	5	5	3	5	1	2	1
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	5	1	2	3	3	3	2	2	4
2	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	2	4	4	2	4	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	3	3	4	3	2	4	3
4	5	5	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	2	1	3	3	4	4	3
4	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	1	1	2	1	1	5	4	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	4	5	4	3
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	4	5	5
4	5	3	4	3	4	4	3	5	4	2	2	2	2	1	4	4	2	3	3	3
3	3	4	4	5	5	5	3	5	3	2	2	3	2	3	3	3	2	5	5	3
3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3

4	1	4	5	4	4	5	3	5	4	1	2	3	1	3	5	4	1	3	5	1
4	4	5	2	2	4	1	1	5	5	4	4	4	1	4	1	5	1	1	1	1
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	3	3	3	2	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	2	4	2	2	3	3	2	3	2	4
4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	2	2	3	1	1	1	1	1	3	2	1
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	2	2
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	2	4	3
4	5	5	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1
4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	1	3	3	3
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	4	5	5	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	5	3	3
5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	2	4	2	4	2	2
3	4	3	5	2	3	3	3	4	4	2	4	4	1	1	3	2	2	4	1	4
4	2	4	5	5	5	5	4	5	5	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	2
2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	2	3	4	1	4	4	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	5	4	4	5	4	5	5	2	2	4	4	2	2	2	3	4	5	2
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	1	1	2	4	1	2	2	2
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	2	3	3	4	4	3
4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2

5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3
4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	2	4	1	1	2	3	3	3	3	3
4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	1	1	1	2	4	4	2	2	3	2
3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	1	1	2	2	2	3	3	3
3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5
4	2	4	2	4	5	4	4	4	5	2	3	4	2	1	4	5	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	2	5	5	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5

5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	2	4	3	4	2	3	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	1	2	2	4	2	2	2
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	2	1	4	2	2	4	2	2	1	2	2	4	5	5	4	1	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	3	1
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	1	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
2	2	2	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	1	2	2
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
3	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4	5	3	2	2	2

3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	1	1	1	4	1	2	2	2
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	1	1	4	2	4	1	1	1
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	2	2	4	1	1	1	2	1	1	1	1
5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	2	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	1	1	2	3	1	2	2	3
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	2	2	4	5	5	5	5	4	5
1	2	4	3	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	2	2	3	1	1	2	2
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	1	5	5	2

## LAMPIRAN 4: Hasil PLS Algorithm

### Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
M	0,822	0,885	0,720
X1	0,871	0,899	0,561
X2	0,915	0,930	0,626
Y	0,784	0,875	0,701

### R-Square

	R Square	Adjusted R Square
Y	0,375	0,360

### Model Fit

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,082	0,082
Chi-Square	742,477	742,477
NFI	0,729	0,729

### LAMPIRAN 5: Hasil Bootstrapping

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (  O/STDEV  )	P Values
M -> Y	0,256	0,246	0,101	2,544	<b>0,011</b>
X1 -> Y	0,338	0,356	0,118	2,860	<b>0,004</b>
X1*M -> Y	0,223	0,211	0,070	3,170	<b>0,002</b>
X2 -> Y	0,153	0,164	0,068	2,248	<b>0,025</b>
X2*M -> Y	-0,014	-0,030	0,069	0,208	<b>0,836</b>

