

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini penulis mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya penulis membuat implikasinya bagi pihak manajerial dan merumuskan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kesimpulan, implikasi manajerial dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis karakteristik demografi responden:

Mayoritas responden (59,5%) adalah perempuan dengan uang saku antara Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000 (51,5%), melakukan pembelian di bisnis *online* kurang dari 5 kali (70%), dimana bisnis *online* yang paling sering dikunjungi adalah OLX (46,5%) dan membeli produk *fashion* (56,5%).

2. Hasil analisis pengaruh risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial dan keamanan informasi terhadap kepercayaan konsumen:

- a. Risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial dan keamanan informasi mampu memprediksi 46,3% perubahan kepercayaan konsumen. Artinya tinggi atau rendahnya kepercayaan konsumen ditentukan oleh tinggi atau rendahnya risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial dan keamanan informasi.

- b. Risiko finansial memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada bisnis *online*. Artinya, semakin tinggi risiko finansial akan menurunkan kepercayaan konsumen pada bisnis *online*.
- c. Risiko produk memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada bisnis *online*. Artinya, semakin tinggi risiko produk akan menurunkan kepercayaan konsumen pada bisnis *online*.
- d. Risiko waktu memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada bisnis *online*. Artinya, semakin tinggi risiko waktu akan menurunkan kepercayaan konsumen pada bisnis *online*.
- e. Risiko pengiriman memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada bisnis *online*. Artinya, semakin tinggi risiko pengiriman akan menurunkan kepercayaan konsumen pada bisnis *online*.
- f. Risiko sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada bisnis *online*. Artinya, risiko sosial tidak akan menurunkan kepercayaan konsumen pada bisnis *online*.
- g. Keamanan informasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada bisnis *online*. Artinya, semakin tinggi keamanan informasi data diri konsumen akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada bisnis *online*.

3. Hasil analisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian:

- a. Kepercayaan konsumen mampu memprediksi 54,4% perubahan keputusan pembelian. Artinya tinggi atau rendahnya kepercayaan konsumen ditentukan oleh tinggi atau rendahnya tingkat kepercayaan konsumen.
- b. Kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di bisnis *online*. Artinya, semakin tinggi kepercayaan konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di bisnis *online*.

5.2. Implikasi Manajerial

Strategi pemasaran melalui media internet (secara *online*) memberikan banyak manfaat positif bagi konsumen maupun perusahaan. Iklan secara *online* dapat diakses konsumen lintas batas waktu dan wilayah. Ini memberikan implikasi bahwa pemasar dapat mempromosikan produk perusahaan selama 24 jam sehari kepada konsumen dimanapun mereka berada. Manfaat positif dari iklan melalui media *online* menyebabkan banyak perusahaan yang menggunakan internet sebagai media periklanan produk mereka.

Namun dari sudut pandang yang berbeda, penjualan (transaksi bisnis) melalui media internet dianggap memiliki risiko yang lebih besar dibandingkan transaksi bisnis secara konvensional. Kondisi inilah yang menyebabkan frekuensi transaksi bisnis secara *online* masih relatif rendah. Konsumen memandang bahwa cukup besar dan banyak jenis risiko yang harus ditanggung saat melakukan

transaksi bisnis secara *online*. Risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, risiko sosial dan keamanan data konsumen merupakan beberapa bentuk risiko yang dipertaruhkan dalam transaksi bisnis secara *online*. Tingginya risiko yang harus ditanggung menyebabkan tingkat kepercayaan dan pengambilan keputusan pembelian konsumen menjadi semakin rendah di bisnis *online*.

Hasil penelitian ini telah memberikan bukti yang nyata bahwa risiko finansial, risiko produk, risiko waktu, risiko pengiriman, dan risiko sosial berpengaruh negatif terhadap kepercayaan konsumen dan keamanan informasi memiliki pengaruh yang positif. Rendahnya kepercayaan konsumen pada bisnis *online* akan menurunkan tingkat pengambilan keputusan pembelian konsumen melalui media *online*. Memahami dampak positif maupun negatif sistem pemasaran secara *online* menuntut pihak manajerial untuk dapat menciptakan kepercayaan konsumen pada perusahaan dengan cara menurunkan segala jenis atau bentuk risiko yang harus ditanggung konsumen dalam transaksi bisnis secara *online*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen menjadi semakin percaya dan meningkatkan pengambilan keputusan pembelian mereka melalui media *online*.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini yaitu kepada:

1. Bagi pemasar

Membangun kepercayaan konsumen merupakan kunci keberhasilan bisnis. Salah satu cara untuk membangun kepercayaan konsumen adalah dengan meminimalkan risiko-risiko yang mungkin ditanggung konsumen saat

melakukan pembelian melalui media *online* yaitu mengenai risiko waktu, risiko pengiriman, risiko keamanan informasi. Untuk meminimalkan risiko yang mungkin terjadi maka pemasar yang menggunakan media *online* harus dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Cara-cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan memberikan informasi secara detail mengenai produk yang dijual, hingga konsumen dapat lebih mengerti tentang karakteristik produk yang ditawarkan. Menjaga kerahasiaan identitas pembelian (seperti: kartu debit atau kartu kredit, nomor telepon) dengan tidak menggunakannya untuk kepentingan yang lain. Mempercepat pengiriman produk yang dipesan dengan bekerja sama dengan ekspedisi pengiriman yang memiliki reputasi baik khususnya dalam ketepatan waktu pengiriman dan memberikan garansi bahwa produk akan sampai pada konsumen dalam kondisi yang baik yang dilakukan dengan pengepakan atau kemasan yang mampu melindungi barang pesanan konsumen dengan baik.

2. Bagi konsumen

Pembelian melalui media *online* memiliki kelebihan yaitu praktis (mudah, cepat) dan efisien (menghemat biaya pencarian) namun juga memiliki risiko yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut maka pada saat melakukan pembelian secara *online*, konsumen dituntut untuk lebih cerdas dengan memperhatikan informasi dari produk yang dijual dan memperhatikan kredibilitas penjual. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeliminasi risiko yang harus ditanggung pada pembelian secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, D.R dan William C.E., (2005), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Dabholkar, P.A., Sheng, X., (2015), Consumer Participation in Using Online Recommendation Agents: Effects on Satisfaction, Trust, and Purchase Intentions, *The Service Industries Journal*, Vol. 32, No. 9.
- Dai, B., Forsythe, S., Kwon, W.S., (2015), The Impact of Online Shopping Experience on Risk Perceptions and Online Purchase Intentions: Does Product Category Matter, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 15, No. 1.
- Dajan, A., (2010), *Pengantar Metode Statistik*, Penerbit: LP3ES, Jakarta.
- Darwin, S., dan Kunto, Y.S., (2014), Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 2, No.1
- Dharmmesta, B.S., dan Handoko, T.H., (2010), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: BPFE, Yogyakarta.
- Dowling, G.R., dan Staelin, R., (2001). A Model of Perceived Risk and Intended Risk-Handling Activity, *Journal of Consumer Research*, Vol. 21.
- Engel F.J., Blackwell, R.D., dan Miniard P.W., (2010), *Perilaku Konsumen*, Penerbit: Binarupa Aksara, Jakarta.
- Farizi, H., dan Saefulah., (2014), Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No. 1.
- Ferrinadewi, E., (2007) Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian, *Modus*, Vol. 17 No 1.
- Ganguly, B., Dash, S.B., Cyr, D., dan Head, H., (2010), The Effects of Website Design on Purchase Intention in Online Shopping: The Mediating Role of Trust and the Moderating Role of Culture, *Internatioan Journal Electronic Business*, Vol. 8, No. 4/5.
- Hadi, S., (2000), *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Penerbit: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.

- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., (2004), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5th ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Heijden, H., Verhagen, T., dan Creemers, M., (2003) Understanding Online Purchase Intentions: Contributions from Technology and Trust Perspectives, *European Journal of Information Systems*, Vol. 12.
- Ishak, A., dan Luthfi, Z., (2011), Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 15, No. 1.
- Ji, S.X., Zheng, X., dan Chen, D., (2012), Perceived Risk and its Impact on Customer Intention to Online Shopping Based-on Different Products, *International Journal on Advances in Information Sciences and Service Sciences*, Vol. 4, No. 17.
- Jogiyanto, H., (2012), *Manajemen Pemasaran* Penerbit: BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kotler, P., (2012), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Ling, K.C., Daud, D., Piew, T.H., Keoy, K.H., dan Hassan, P., (2011), Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 6.
- Masoud, E.Y., (2013), The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan, *European Journal of Business and Management*, Vol. 5. No. 6.
- Morgans, R.M., dan Hunt, S.D., (1994), The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 58. No. 3
- Mowen, J.C., dan Minor, M., (2012), *Perilaku Konsumen*. Penerbit: Erlanga, Jakarta..
- Mulyono, R., (2014), Pengaruh Perceived Risk, Kepuasan Konsumen terhadap Intention to Revisit dan Purchase Intent pada Konsumen Kaskus Website di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Jurusan Manajemen*, Vol.1, No.1.
- Murwatiningsih., dan Apriliani, E.P., (2013), Pengaruh Risiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen, *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 4, No. 2.
- Nor, K.M., , Wan, W.N.F., Nazarie, M., Yusoff, A.A.M., (2015), Factors Influencing Individuals' Trust in Online Purchase Through Social Networking Sites, *International Journal of Liberal Arts and Social Science*. Vol. 5. No. 3.

- Ramsey, B., dan Sohi, J., (2007), User's Willingness to Pay on Social Network Sites, *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 51, No. 4.
- Rizwan, M., Umair, S.M., Bilal, H.M., Akhtar, M., dan Bhatti, M.S., (2014), Determinants of Customer Intentions for Online Shopping: A Study from Pakistan, *Journal of Sociological Research*, Vol. 5, No. 1.
- Rofiq, A., (2007), Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia, Tesis, Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang.
- Rong, L., Kim, J.J., dan Park, J.S., (2007), The effects of Internet Shoppers' Trust on Their Purchasing Intention in China, *Journal of Sociological Research*, Vol. 2, No. 1.
- Safeena, R., Abdullah., dan Date, H., (2009) Customer Perspectives On E-Business Value: Case Study On Internet Banking. *International Refereed Research Journal*, Vol. 15, No.1.
- Saputro, R., (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Nusantara Sakti Demak*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Schiffman P., dan Kanuk, F., (2010), *Perilaku Konsumen*, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Sekaran, U., (2009), *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*, 4th ed, New York: John Willey & Sons Inc.
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV Alfabeta, Bandung.
- Sukma, A.A., (2011), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Suresh, A.M., dan Shashikala R., (2011), Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shoppingin India, *IPEDR*, Vol. 12.
- Tjiptono, F., dan Candra, G., (2010), *Service, Quality and Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umar, H., (2010), *Metodologi Penelitian*, Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widyarini, L.A., dan Putro, A.Y.W.T., (2008), *Analisis Hubungan Faktor-faktor Technolog Acceptance, Trust dan Risk pada Niat Nasabah Bank untuk Menggunakan Internet Banking*. The 2nd National Conference UKWMS.



LAMPIRAN I

KUESIONER:

PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*

Kepada Yth: responden di tempat.

Perkenalkan saya mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Nama : Della Rosalia

NPM : 11 03 18988

Saya bermaksud meminta bantuan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian *Online***”. Anda dipersilahkan untuk memberikan jawaban sesuai dengan pengalaman anda saat berbelanja secara *online*. Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya:

Della Rosalia

BAGIAN I:

Di bawah ini adalah kuesioner mengenai profil responden. Anda dipersilahkan untuk menjawab salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

2. Rata-rata uang saku Anda dalam satu bulan:
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - c. > Rp 2.000.000

3. Frekuensi pembelian anda di bisnis *online* dalam 6 bulan terakhir:
 - a. 5 kali atau kurang
 - b. 6 sampai 10 kali
 - c. Lebih dari 10 kali

4. Bisnis *online* yang paling sering Anda kunjungi dalam 6 bulan terakhir: (*boleh lebih dari 1)
 - a.
 - b.
 - c.

5. Merek produk kosmetik yang paling sering Anda beli di bisnis *online*: (*boleh lebih dari 1)
 - a.
 - b.
 - c.

BAGIAN II: KUESIONER PENELITIAN

Di bawah ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian ini. Anda dipersilahkan untuk menjawab salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

STS = Sangat Tidak Setuju; TS = Tidak Setuju; N = Netral; S = Setuju; SS = Sangat Setuju

A. Risiko finansial

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Belanja <i>online</i> dapat merugikan secara finansial (membuang-buang uang)					
2	Belanja secara <i>online</i> menggunakan kartu kredit tidak aman					
3	Saya harus membayar lebih banyak (tagihan lebih besar) saat berbelanja secara <i>online</i>					
4	Saat berbelanja secara <i>online</i> , saya tidak mendapatkan produk seperti yang saya inginkan					
5	Saya tidak dapat mempercayai perusahaan yang ada dalam bisnis <i>online</i>					

B. Risiko Produk

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mungkin tidak mendapatkan apa yang saya pesan melalui belanja secara <i>online</i> (kualitasnya rendah)					
2	Sulit untuk menilai kualitas produk yang dijual melalui media <i>online</i> (Internet)					
3	Saya tidak dapat memeriksa produk yang sebenarnya di pembelian secara <i>online</i>					
4	Spesifikasi produk yang dijual di bisnis <i>online</i> tidak dapat dipercaya					
5	Saya tidak dapat mencoba produk yang dijual di bisnis <i>online</i> terlebih dahulu					

C. Risiko waktu

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Membeli produk secara <i>online</i> hanya membuang-buang waktu					
2	Sulit (membutuhkan waktu yang lama) untuk menemukan situs yang tepat di bisnis <i>online</i>					
3	Sulit menemukan produk yang tepat di bisnis <i>online</i>					
4	Saya tidak bisa langsung membawa produk yang dibeli melalui bisnis <i>online</i> (membutuhkan waktu untuk menunggu pengiriman)					
5	Membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan pemesanan produk saat berbelanja secara <i>online</i>					
6	Sulit berkomunikasi (seperti: berkonsultasi mengenai penanganan masalah yang terjadi saat menggunakan produk) dengan penjual saat berbelanja secara <i>online</i> .					

D. Risiko pengiriman

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tidak menerima produk sesuai yang saya pesan di bisnis <i>online</i>					
2	Produk yang saya beli di bisnis <i>online</i> dapat dikirim ke tempat yang salah					
3	Penjual tidak melakukan pengiriman tepat waktu					
4	Tidak mudah untuk membatalkan pembelian saat berbelanja secara <i>online</i> .					
5	Barang-barang dikembalikan mungkin harus menunggu waktu yang lama					

E. Risiko Sosial

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Produk yang saya beli di bisnis <i>online</i> dapat saja tidak disetujui oleh keluarga					
2	Belanja secara <i>online</i> dapat mempengaruhi citra diri saya di mata orang sekitar saya.					
3	Produk yang saya beli di bisnis <i>online</i> mungkin tidak dapat diterima oleh keluarga atau teman-teman saya.					
4	Belanja secara <i>online</i> dapat membuat orang lain mengevaluasi saya secara tidak baik.					

F. Keamanan Informasi

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Website ini akan melindungi informasi pribadi saya (seperti: nomor kartu kredit atau kartu debit)					
2	Saya memperoleh jaminan keamanan data pribadi saya (seperti: nomor kartu kredit atau kartu debit) saat berbelanja di situs ini					
3	Saya merasa nyaman saat berbelanja di situs ini					
4	Website ini menyediakan informasi yang lengkap					
5	Saya mempercayai situs ini untuk membeli produk secara <i>online</i>					

G. Kepercayaan

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Bisnis <i>online</i> yang sering saya kunjungi aman untuk berbelanja secara online					
2	Bisnis <i>online</i> yang sering saya kunjungi memberi jaminan kualitas yang baik dari produk yang dijual.					
3	Bisnis <i>online</i> yang sering saya kunjungi memberikan informasi yang benar mengenai produk yang dijual.					
4	Bisnis <i>online</i> yang sering saya kunjungi memberikan informasi mengenai komparasi produk yang lain					
5	Bisnis <i>online</i> yang sering saya kunjungi memberikan perhatian yang baik pada konsumen.					

H. Keputusan pembelian

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan internet adalah cara mudah untuk berbelanja					
2	Saya tidak perlu meninggalkan rumah untuk berbelanja					
3	Saya berbelanja secara <i>online</i> karena saya bisa mendapatkan informasi produk dengan rinci					

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
4	Saya berbelanja secara <i>online</i> karena saya mendapatkan pilihan yang lebih banyak atas suatu produk					
5	Lebih mudah untuk membandingkan harga saat berbelanja secara <i>online</i>					
6	Saya dapat mengambil keputusan dengan waktu yang cukup lama saat berbelanja secara online					
7	Belanja secara <i>online</i> merupakan cara belanja yang sesuai dengan diri saya					
8	Saya berbelanja secara <i>online</i> untuk membeli produk-produk yang tidak mudah tersedia di pasar terdekat (unik atau baru)					





LAMPIRAN II

Case Summaries

	Jenis kelamin	Rata-rata uang saku	Frekuensi pembelian di bisnis online	Bisnis online yang paling sering Anda kunjungi	Jenis produk yang paling sering Anda beli	FR.1
1	1	2	1	4	1	4
2	1	2	1	4	1	4
3	1	2	1	4	1	3
4	1	2	1	4	1	3
5	1	2	1	4	1	3
6	1	2	1	4	1	3
7	2	3	3	3	1	4
8	2	3	3	3	1	4
9	2	3	3	3	1	4
10	2	3	3	3	1	4
11	2	3	3	3	1	4
12	2	3	3	3	1	4
13	2	2	1	1	1	3
14	2	2	1	1	1	3
15	2	2	1	1	1	3
16	2	2	1	1	1	3
17	2	2	1	1	1	3
18	2	2	1	1	1	3
19	2	2	1	1	1	5
20	1	3	2	3	1	4
21	1	3	2	3	1	4
22	1	3	2	3	1	5
23	1	3	2	3	1	5
24	1	3	2	3	1	5
25	1	3	2	3	1	5
26	1	3	2	3	1	4
27	1	2	1	1	1	4
28	1	2	1	1	1	4
29	1	2	1	1	1	4
30	1	2	1	1	1	4
31	1	2	1	1	1	4
32	1	2	1	1	1	4
33	1	2	1	1	1	4
34	1	3	3	2	1	4
35	1	3	3	2	1	4
36	1	3	3	2	1	4
37	1	3	3	2	1	4
38	1	3	3	2	1	4
39	1	3	3	2	1	4
40	1	3	3	2	1	4
41	1	1	1	4	2	3
42	1	1	1	4	2	3
43	1	1	1	4	2	3
44	1	1	1	4	2	3
45	1	1	1	4	2	3
46	1	1	1	4	2	3
47	1	1	1	4	2	3
48	2	2	2	5	4	3
49	2	2	2	5	4	3
50	2	2	2	5	4	3
51	2	2	2	5	4	3
52	2	2	2	5	4	3
53	2	2	2	5	4	3
54	2	2	2	5	4	3
55	2	2	1	2	5	4
56	2	2	1	2	5	4
57	1	2	1	1	4	3
58	1	2	1	1	4	5
59	1	2	1	1	4	4

Case Summaries

	Jenis kelamin	Rata-rata uang saku	Frekuensi pembelian di bisnis online	Bisnis online yang paling sering Anda kunjungi	Jenis produk yang paling sering Anda beli	FR.1
60	1	2	1	1	4	5
61	1	2	1	3	1	4
62	1	2	1	3	1	4
63	1	2	1	3	1	4
64	1	2	1	3	1	4
65	1	2	1	3	1	4
66	1	2	1	3	1	4
67	1	2	1	3	1	4
68	1	2	1	1	4	4
69	1	2	1	1	4	4
70	1	2	1	1	4	4
71	1	2	1	1	4	4
72	1	2	1	1	4	4
73	1	2	1	1	4	4
74	1	2	1	1	4	4
75	1	3	2	3	1	3
76	1	3	2	3	1	3
77	1	3	2	3	1	3
78	1	3	2	3	1	3
79	1	3	2	3	1	3
80	1	3	2	3	1	3
81	1	3	2	3	1	3
82	1	2	1	1	5	3
83	1	2	1	1	5	3
84	1	2	1	4	5	4
85	1	2	1	4	5	3
86	1	2	1	4	5	2
87	1	2	1	4	5	5
88	1	2	1	4	5	3
89	1	2	1	4	5	3
90	1	2	1	4	5	3
91	1	2	1	1	5	5
92	1	2	1	1	5	3
93	1	2	1	1	5	3
94	1	2	1	1	5	3
95	2	1	1	1	1	3
96	2	1	1	1	1	3
97	2	1	1	1	1	3
98	2	1	1	1	1	3
99	2	1	1	1	1	3
100	2	1	1	1	1	3
101	2	1	1	1	1	3
102	1	3	2	2	1	3
103	1	3	2	2	1	3
104	1	3	2	2	1	3
105	1	3	2	2	1	3
106	1	3	2	2	1	3
107	1	3	2	2	1	3
108	2	3	2	1	2	3
109	2	3	2	1	2	3
110	2	3	2	1	2	3
111	2	3	2	1	2	3
112	2	3	2	1	2	3
113	2	3	2	1	2	3
114	2	1	2	1	1	3
115	2	1	2	1	1	3
116	2	1	2	1	1	3
117	2	1	2	1	1	3
118	2	1	2	1	1	3

Case Summaries

	Jenis kelamin	Rata-rata uang saku	Frekuensi pembelian di bisnis online	Bisnis online yang paling sering Anda kunjungi	Jenis produk yang paling sering Anda beli	FR.1
119	2	1	2	1	1	3
120	2	1	2	1	1	3
121	2	2	1	3	3	4
122	2	2	1	3	3	4
123	2	2	1	3	3	4
124	2	2	1	3	3	4
125	2	2	1	3	3	4
126	2	2	1	3	3	4
127	2	2	1	3	3	4
128	1	2	1	1	4	5
129	1	2	1	1	4	3
130	1	2	1	1	1	4
131	1	2	1	1	1	4
132	1	2	1	1	1	4
133	1	2	1	1	1	4
134	1	2	1	1	1	4
135	1	2	1	1	1	4
136	1	2	1	1	4	2
137	2	2	1	2	5	4
138	2	2	1	2	5	4
139	2	2	1	2	5	3
140	2	2	1	2	5	3
141	2	2	1	5	1	4
142	2	2	1	5	1	4
143	2	2	1	5	1	4
144	2	2	1	5	1	4
145	2	2	1	5	1	3
146	2	2	1	5	1	4
147	2	2	1	5	1	4
148	2	2	1	1	1	3
149	2	2	1	1	1	2
150	2	2	1	1	1	2
151	2	2	1	1	1	3
152	2	2	1	1	1	3
153	2	2	1	1	1	3
154	1	2	1	2	1	3
155	1	2	1	2	1	4
156	1	2	1	2	1	4
157	1	2	1	2	1	4
158	1	2	1	2	1	4
159	1	2	1	2	1	4
160	1	2	1	2	1	4
161	1	3	2	2	1	5
162	1	3	2	2	1	5
163	1	3	2	2	1	4
164	1	3	2	2	1	5
165	1	3	2	2	1	4
166	1	3	2	2	1	5
167	1	3	2	2	1	5
168	1	2	1	1	5	5
169	1	2	1	1	5	3
170	1	2	1	1	5	4
171	1	2	1	1	5	3
172	1	2	1	1	5	3
173	1	2	1	1	5	3
174	1	2	1	1	5	4
175	1	2	1	1	2	4
176	1	2	1	1	2	3
177	1	2	1	1	2	2

Case Summaries

	Jenis kelamin	Rata-rata uang saku	Frekuensi pembelian di bisnis online	Bisnis online yang paling sering Anda kunjungi	Jenis produk yang paling sering Anda beli	FR.1
178	1	2	1	1	2	3
179	1	2	1	1	2	2
180	1	2	1	1	2	3
181	2	2	1	1	2	3
182	2	2	1	1	2	3
183	2	2	1	1	2	3
184	2	2	1	1	2	3
185	2	2	1	1	2	3
186	2	2	1	1	2	3
187	2	2	1	1	2	3
188	2	1	1	1	3	4
189	2	1	1	1	3	4
190	2	1	1	1	3	4
191	2	1	1	1	3	4
192	2	1	1	1	3	4
193	2	1	1	1	3	4
194	2	1	1	1	3	4
195	2	1	1	2	1	4
196	2	1	1	2	1	4
197	2	1	1	2	1	2
198	2	1	1	2	1	4
199	2	1	1	2	1	4
200	2	1	1	2	1	2

Case Summaries

	FR.2	FR.3	FR.4	FR.5	PR.1	PR.2	PR.3	PR.4	PR.5	TR.1
1	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4
2	5	4	5	5	5	5	3	3	5	4
3	3	3	4	4	5	5	3	3	5	4
4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
6	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4
7	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
8	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
9	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
10	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
11	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
13	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
14	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3
15	4	2	3	2	4	3	4	4	4	4
16	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4
17	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4
18	2	2	3	3	4	3	4	3	2	4
19	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3
20	5	4	4	4	4	4	2	3	4	3
21	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
22	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3
23	5	5	4	3	4	4	3	3	4	3
24	5	5	4	3	4	4	3	2	3	3
25	5	5	4	3	4	4	3	4	4	3
26	5	4	4	4	4	4	2	3	4	3
27	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
31	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
34	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4
41	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
42	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
43	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
45	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2
49	4	4	4	3	4	3	2	2	3	2
50	4	4	4	3	4	3	2	2	3	2
51	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3
52	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
53	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3
54	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3
55	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4
56	5	4	5	5	3	2	3	3	3	4
57	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
59	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3

Case Summaries

	FR.2	FR.3	FR.4	FR.5	PR.1	PR.2	PR.3	PR.4	PR.5	TR.1
60	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
61	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5
62	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
63	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4
64	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
65	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
66	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
67	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3
69	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3
70	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4
71	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4
72	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4
73	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4
74	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3
75	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3
76	4	2	2	3	4	3	4	4	4	3
77	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4
78	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
80	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
81	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
82	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4
83	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4
84	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4
85	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4
86	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4
87	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5
88	2	2	2	3	4	3	2	3	4	4
89	2	3	3	3	4	3	2	2	3	4
90	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4
91	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4
92	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4
93	2	2	3	3	4	4	4	3	3	4
94	2	2	2	2	3	2	2	3	4	4
95	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
96	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
97	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
98	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
99	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
100	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
101	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
102	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
103	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
104	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
105	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
106	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
107	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
108	2	2	3	2	4	4	4	4	2	4
109	2	2	3	2	4	4	3	4	4	4
110	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4
111	2	2	3	2	4	3	4	4	4	4
112	2	2	3	2	4	4	3	4	3	4
113	2	2	3	2	4	4	4	3	4	4
114	2	2	3	3	3	2	3	5	5	3
115	2	2	3	3	3	2	3	5	5	4
116	2	2	3	3	3	2	3	5	5	4
117	2	2	3	3	3	2	3	5	5	4
118	2	2	3	3	3	2	3	5	5	3

Case Summaries

	FR.2	FR.3	FR.4	FR.5	PR.1	PR.2	PR.3	PR.4	PR.5	TR.1
119	2	2	3	3	3	2	3	5	5	4
120	2	2	3	3	3	2	3	5	5	4
121	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
122	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
123	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
124	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
125	4	3	2	2	3	4	4	3	3	3
126	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
127	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
128	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
129	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3
130	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3
131	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3
132	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3
133	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
134	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3
135	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
136	3	2	2	3	4	3	3	4	4	3
137	3	4	3	4	3	3	2	2	3	2
138	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3
139	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4
140	3	3	4	4	3	2	2	3	2	3
141	4	5	3	4	4	2	4	4	3	3
142	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2
143	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4
144	4	5	3	4	2	2	2	2	2	3
145	2	3	3	3	1	2	2	3	2	3
146	4	5	3	4	3	2	2	2	2	4
147	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3
148	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2
149	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2
150	1	1	2	1	3	2	2	3	2	2
151	2	3	3	3	4	3	2	3	4	2
152	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2
153	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2
154	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3
155	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3
156	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
157	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
158	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3
159	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3
160	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3
161	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
162	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
163	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
164	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
165	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
166	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
167	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
168	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5
169	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4
170	4	3	2	4	3	2	2	2	3	4
171	3	3	2	2	4	3	2	3	4	4
172	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4
173	2	2	3	2	3	3	3	2	3	4
174	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3
175	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
176	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3
177	2	1	2	1	4	2	2	3	3	3

Case Summaries

	FR.2	FR.3	FR.4	FR.5	PR.1	PR.2	PR.3	PR.4	PR.5	TR.1
178	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3
179	1	2	1	2	4	3	3	4	3	4
180	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4
181	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
182	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
183	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4
184	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4
185	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
186	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
187	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2
188	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
189	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
190	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
191	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
192	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
193	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
194	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4
195	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3
196	3	3	3	4	3	2	2	2	3	3
197	1	1	2	1	2	1	2	1	2	3
198	3	2	3	4	2	1	2	1	2	3
199	3	2	2	4	2	1	2	1	2	3
200	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2

Case Summaries

	TR.2	TR.3	TR.4	TR.5	TR.6	DR.1	DR.2	DR.3	DR.4	DR.5
1	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
6	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4
7	4	3	5	3	5	3	5	5	2	3
8	4	3	5	4	4	3	5	5	2	3
9	4	3	5	3	5	3	5	5	2	3
10	4	3	5	3	2	3	3	3	2	3
11	4	3	4	5	5	3	5	5	2	3
12	4	3	5	3	5	4	3	5	5	4
13	2	3	1	2	2	4	4	3	2	4
14	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
15	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
16	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
17	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3
18	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4
19	2	3	1	2	2	4	4	5	2	5
20	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4
21	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4
22	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4
23	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4
24	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4
25	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4
26	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3
27	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
28	4	4	3	3	3	4	5	2	5	5
29	3	3	2	3	3	4	5	2	5	5
30	4	4	4	4	4	4	5	2	5	5
31	4	3	3	3	4	4	5	2	5	5
32	3	2	2	3	4	3	4	3	4	4
33	4	4	4	4	4	4	5	2	5	5
34	3	5	4	5	4	4	3	2	3	4
35	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
36	3	5	4	5	4	4	3	2	3	4
37	3	4	3	2	3	4	4	3	2	4
38	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4
39	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4
40	3	5	3	3	2	4	4	5	5	4
41	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4
42	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4
43	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4
44	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4
45	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4
46	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4
47	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4
48	4	2	3	2	3	3	4	5	3	2
49	4	2	4	2	3	3	4	5	3	2
50	3	2	3	2	3	3	4	5	3	2
51	3	3	2	3	2	3	4	5	3	2
52	3	2	3	3	2	3	4	5	3	2
53	3	3	2	3	2	3	4	5	3	2
54	3	3	3	3	2	3	4	5	3	2
55	4	2	3	5	3	3	2	2	3	3
56	4	2	3	5	3	3	2	3	3	3
57	4	2	3	5	5	4	3	2	2	4
58	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3
59	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4

Case Summaries

	TR.2	TR.3	TR.4	TR.5	TR.6	DR.1	DR.2	DR.3	DR.4	DR.5
60	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3
61	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
62	4	5	2	5	4	4	4	4	4	4
63	4	5	2	5	4	3	3	3	3	3
64	4	5	2	5	4	3	3	3	3	3
65	4	5	2	5	4	3	3	3	3	3
66	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
67	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3
68	4	4	5	3	3	2	4	4	4	4
69	4	4	5	3	3	2	4	4	4	4
70	4	4	4	5	3	2	4	4	4	5
71	4	3	2	2	4	2	3	3	3	3
72	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3
73	4	5	5	5	4	2	4	4	4	4
74	2	3	3	3	3	2	4	4	4	3
75	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3
76	2	3	2	2	2	4	4	4	4	3
77	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	2	3	3	3	3	3	5	5	2	3
80	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3
81	2	2	5	2	3	4	4	4	4	4
82	4	5	2	5	4	3	2	3	4	4
83	4	5	2	5	4	4	3	2	3	4
84	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4
85	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4
86	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
87	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4
88	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4
89	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4
90	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4
91	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4
92	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
94	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3
95	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4
96	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
97	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4
98	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4
99	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4
100	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4
101	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4
102	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4
103	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
104	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
105	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
106	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
107	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
108	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
109	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
110	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
111	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
112	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
113	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3
114	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3
115	3	5	4	4	4	3	4	3	2	3
116	3	5	4	5	4	4	4	3	2	3
117	3	3	2	5	4	3	3	3	2	3
118	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3

Case Summaries

	TR.2	TR.3	TR.4	TR.5	TR.6	DR.1	DR.2	DR.3	DR.4	DR.5
119	3	3	4	5	4	3	2	3	2	3
120	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3
121	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
122	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4
123	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4
124	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4
125	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3
126	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4
127	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4
128	4	2	5	2	3	4	4	2	3	4
129	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4
130	2	3	2	2	3	4	4	4	4	3
131	2	1	2	2	3	4	4	4	4	3
132	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3
133	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3
134	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3
135	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3
136	4	3	2	3	3	3	5	2	3	3
137	4	2	5	2	3	3	3	2	3	3
138	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
139	4	2	3	3	5	3	3	3	3	2
140	3	2	3	2	2	3	4	3	4	4
141	2	2	3	2	3	4	4	4	4	3
142	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2
143	4	4	4	3	4	2	1	2	1	1
144	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1
145	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2
146	4	3	3	4	4	2	2	3	2	3
147	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3
148	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2
149	1	2	1	1	1	3	2	2	2	2
150	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2
151	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2
152	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
153	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
154	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5
155	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5
156	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
157	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
158	4	3	2	2	3	3	4	3	4	5
159	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3
160	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
161	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
162	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
163	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
164	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
165	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4
166	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
167	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4
168	5	5	5	5	3	3	2	2	3	2
169	5	5	4	4	3	5	5	5	5	2
170	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4
171	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5
172	3	2	3	3	3	5	5	5	5	2
173	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2
174	2	2	3	5	3	5	5	5	5	2
175	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3
176	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3
177	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3

Case Summaries

	TR.2	TR.3	TR.4	TR.5	TR.6	DR.1	DR.2	DR.3	DR.4	DR.5
178	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3
179	4	2	3	4	5	3	4	3	3	3
180	4	2	3	3	5	3	4	3	3	3
181	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
182	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
183	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3
185	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3
186	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
187	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
188	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
189	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
190	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3
191	4	3	4	4	3	3	2	2	2	3
192	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
193	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3
194	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3
195	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2
196	2	3	1	1	1	3	2	2	2	2
197	2	1	1	2	2	3	2	3	3	4
198	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1
199	3	3	2	2	2	2	1	2	1	1
200	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1

Case Summaries

	SR.1	SR.2	SR.3	SR.4	IS.1	IS.2	IS.3	IS.4	IS.5	T.1
1	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2
2	3	5	3	5	4	3	3	2	2	2
3	4	4	3	2	2	1	1	2	1	1
4	3	4	3	4	1	1	2	1	2	2
5	3	4	3	4	2	1	1	2	1	2
6	3	4	3	4	1	2	1	2	1	2
7	5	5	5	4	3	3	2	3	3	3
8	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3
9	3	2	2	3	4	4	2	3	3	3
10	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3
12	5	5	5	4	4	4	2	3	3	3
13	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3
14	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3
15	5	4	5	5	3	3	3	2	2	3
16	5	4	5	5	3	4	3	2	2	3
17	5	4	5	5	3	4	2	3	2	3
18	5	5	5	5	3	4	2	3	2	3
19	5	5	5	5	3	4	2	3	2	3
20	5	4	4	4	3	4	3	2	2	3
21	3	2	2	3	3	4	5	4	4	3
22	2	3	3	4	3	4	5	4	4	3
23	5	3	3	3	3	4	5	4	4	3
24	3	4	3	4	3	4	5	4	4	3
25	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3
26	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3
27	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2
28	4	5	4	3	3	2	3	3	2	2
29	4	2	4	3	3	2	2	4	3	2
30	3	2	2	3	2	1	1	2	1	2
31	4	2	4	3	1	2	1	2	1	2
32	4	5	4	3	2	1	1	1	2	2
33	4	5	4	3	5	4	5	4	4	2
34	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3
35	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3
36	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3
37	4	5	3	5	3	4	3	3	3	3
38	4	5	3	5	3	5	3	3	3	3
39	4	5	3	5	3	5	3	3	3	3
40	4	5	3	5	4	3	3	3	3	3
41	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
42	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
43	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3
44	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3
45	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
46	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
47	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
48	3	3	2	2	4	5	4	3	4	4
49	3	3	3	2	4	5	4	3	4	4
50	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4
51	3	3	5	3	4	5	4	3	4	4
52	3	5	3	5	4	5	4	3	4	4
53	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4
54	3	5	5	5	4	5	4	3	4	4
55	5	4	3	5	3	4	3	3	4	4
56	5	5	3	5	3	4	3	3	4	4
57	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4
58	3	2	2	2	4	4	4	3	3	4
59	3	3	2	2	4	4	4	3	3	4

Case Summaries

	SR.1	SR.2	SR.3	SR.4	IS.1	IS.2	IS.3	IS.4	IS.5	T.1
60	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4
61	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2
62	4	4	5	4	3	2	2	2	2	2
63	4	4	5	4	2	2	3	2	2	2
64	4	4	5	4	3	2	2	2	3	2
65	4	4	5	4	3	2	3	2	3	2
66	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2
67	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
68	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3
69	3	2	3	3	2	3	1	2	2	3
70	3	3	3	2	2	3	2	1	2	3
71	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3
72	3	5	4	3	2	3	2	2	2	3
73	3	3	5	3	2	3	2	2	2	3
74	3	3	4	5	2	3	2	2	2	3
75	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3
76	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4
77	3	4	3	3	4	3	2	3	2	4
78	3	4	4	3	4	3	2	3	2	4
79	3	3	3	2	4	4	2	3	2	4
80	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3
81	5	4	4	5	4	4	2	3	2	4
82	4	3	2	4	4	3	3	2	2	4
83	4	5	2	4	4	3	3	2	2	4
84	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3
85	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3
86	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
87	3	5	3	2	4	4	4	4	3	3
88	3	5	4	3	4	4	4	4	3	3
89	3	5	4	3	4	4	4	4	3	3
90	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3
91	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4
92	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
94	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
95	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3
96	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
97	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
102	4	3	4	2	2	3	3	2	3	4
103	4	3	2	4	3	3	3	2	3	4
104	4	3	2	4	2	4	3	2	3	4
105	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4
106	4	3	2	4	4	4	3	2	3	4
107	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4
108	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
109	5	2	4	3	3	5	4	4	3	4
110	4	4	4	3	3	5	4	4	5	4
111	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4
112	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4
113	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4
114	5	5	5	4	4	3	2	2	4	2
115	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3
116	3	2	2	3	4	4	4	4	4	2
117	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2
118	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3

Case Summaries

	SR.1	SR.2	SR.3	SR.4	IS.1	IS.2	IS.3	IS.4	IS.5	T.1
119	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2
120	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3
121	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4
122	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4
123	3	4	2	2	4	3	4	4	3	4
124	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4
125	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
126	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
127	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
128	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4
129	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4
130	3	2	3	4	4	3	4	3	3	5
131	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5
132	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5
133	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5
134	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5
135	3	3	3	4	4	3	4	3	3	5
136	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4
137	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
138	3	4	3	5	4	4	3	3	4	4
139	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4
140	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4
141	2	3	2	2	3	4	3	3	3	5
142	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5
143	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
144	2	2	2	2	4	4	3	3	3	5
145	3	2	2	2	4	4	3	3	3	5
146	3	3	2	4	4	4	3	3	3	5
147	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5
148	1	1	2	1	5	4	5	4	4	5
149	1	2	1	1	5	4	5	4	4	5
150	1	1	2	2	4	4	4	4	4	5
151	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5
152	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5
153	3	2	3	3	5	5	5	5	5	4
154	4	3	5	5	2	3	2	3	2	4
155	4	3	5	5	2	3	2	3	2	4
156	4	3	3	2	3	3	2	2	3	4
157	4	3	5	3	3	3	2	3	2	4
158	4	3	5	5	4	3	2	2	2	4
159	3	2	2	2	4	3	2	3	2	4
160	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4
161	3	2	4	2	3	2	2	3	3	4
162	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4
163	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4
164	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4
165	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4
166	3	4	2	4	4	4	5	5	4	4
167	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4
168	2	2	2	2	3	4	2	2	2	3
169	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3
170	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3
171	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3
172	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3
173	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3
174	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3
175	3	2	4	2	3	3	5	4	4	4
176	3	3	2	3	3	3	5	4	4	4
177	3	2	4	3	3	3	5	4	4	4

Case Summaries

	SR.1	SR.2	SR.3	SR.4	IS.1	IS.2	IS.3	IS.4	IS.5	T.1
178	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4
179	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4
180	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4
181	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
182	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
183	3	2	2	2	2	3	4	3	3	4
184	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4
185	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4
186	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4
187	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4
188	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4
189	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4
190	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4
191	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4
192	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4
193	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
194	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
195	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4
196	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
197	1	1	2	1	4	4	4	4	4	5
198	1	2	1	1	4	4	4	4	4	4
199	1	2	1	1	4	4	4	4	4	4
200	1	2	1	1	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	T.2	T.3	T.4	T.5	SO.1	SO.2	SO.3	SO.4	SO.5	SO.6
1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1
2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1
3	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2
4	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1
5	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2
6	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
7	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2
8	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1
9	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2
10	2	2	3	3	2	3	3	2	1	2
11	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
12	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2
13	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3
14	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
15	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
16	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
17	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2
18	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3
19	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2
20	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
21	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
22	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
23	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
24	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
25	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
26	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2
27	2	2	3	3	3	4	3	2	3	2
28	2	2	3	3	4	3	3	2	3	2
29	2	2	3	3	4	5	3	2	2	2
30	2	2	3	3	5	4	2	3	3	2
31	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2
32	2	2	3	3	5	4	3	2	3	2
33	2	2	3	3	5	3	3	3	3	2
34	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4
35	4	3	2	3	3	4	3	4	3	4
36	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4
37	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4
38	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4
39	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4
40	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4
41	3	2	4	3	3	3	4	2	4	4
42	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
43	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
44	2	4	3	3	3	3	4	2	4	4
45	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
46	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4
47	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4
48	3	4	4	3	2	2	4	4	5	4
49	3	4	4	3	2	2	4	4	4	5
50	3	4	4	3	2	3	3	4	5	5
51	3	4	4	3	2	2	4	4	4	5
52	3	4	4	3	3	2	3	4	5	5
53	3	4	4	3	2	2	4	4	5	5
54	3	4	4	3	2	3	4	3	5	5
55	5	4	4	4	4	2	4	4	3	3
56	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3
57	4	5	4	4	4	2	4	4	3	3
58	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3
59	4	5	4	4	4	2	4	4	3	3

Case Summaries

	T.2	T.3	T.4	T.5	SO.1	SO.2	SO.3	SO.4	SO.5	SO.6
119	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
120	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
121	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4
122	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
123	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4
124	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4
125	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4
126	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
128	4	5	4	4	3	5	3	4	4	3
129	4	5	4	4	3	5	3	4	4	3
130	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
131	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4
132	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
133	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
134	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
135	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4
136	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3
137	5	4	4	4	3	5	3	4	4	3
138	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3
139	5	4	4	4	3	5	3	4	4	3
140	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3
141	4	5	4	4	3	4	4	4	3	5
142	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5
143	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5
144	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5
145	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4
146	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5
147	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5
148	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4
149	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4
150	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5
151	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4
152	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4
153	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4
154	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
155	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4
156	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4
157	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4
158	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
159	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
160	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4
161	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
164	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
165	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
166	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4
167	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
168	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4
169	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4
170	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4
171	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4
172	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5
173	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4
174	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4
175	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5
176	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5
177	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4

Case Summaries

	T.2	T.3	T.4	T.5	SO.1	SO.2	SO.3	SO.4	SO.5	SO.6
178	5	4	3	5	4	5	3	5	5	5
179	3	5	4	5	4	5	3	5	5	5
180	5	5	2	5	4	4	4	5	5	5
181	2	5	3	3	4	5	5	4	5	4
182	2	3	5	3	3	5	5	4	5	5
183	3	4	3	3	4	5	4	4	5	5
184	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5
185	2	4	3	4	3	5	5	4	5	5
186	2	4	4	3	4	5	4	4	5	5
187	2	5	3	3	3	5	5	5	5	5
188	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5
189	4	2	5	4	4	4	5	5	4	5
190	4	2	5	4	4	5	4	5	5	4
191	4	2	4	5	4	5	4	4	5	5
192	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
193	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5
194	4	2	4	5	5	4	4	5	5	4
195	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
196	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
197	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
198	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
199	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
200	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5

Case Summaries

	SO.7	SO.8
1	1	2
2	1	2
3	1	1
4	1	2
5	1	1
6	2	2
7	2	2
8	2	2
9	1	2
10	2	2
11	2	1
12	2	1
13	2	2
14	2	2
15	2	2
16	2	2
17	3	2
18	2	2
19	2	2
20	3	2
21	3	2
22	3	2
23	3	2
24	3	2
25	3	2
26	3	2
27	3	2
28	3	2
29	2	2
30	1	2
31	3	2
32	1	2
33	1	2
34	4	3
35	4	3
36	4	3
37	4	3
38	4	3
39	4	3
40	4	3
41	4	4
42	5	3
43	4	3
44	4	4
45	4	3
46	5	3
47	4	4
48	4	3
49	4	3
50	3	3
51	3	4
52	3	3
53	3	3
54	3	3
55	4	4
56	4	4
57	4	4
58	4	4
59	4	4

Case Summaries

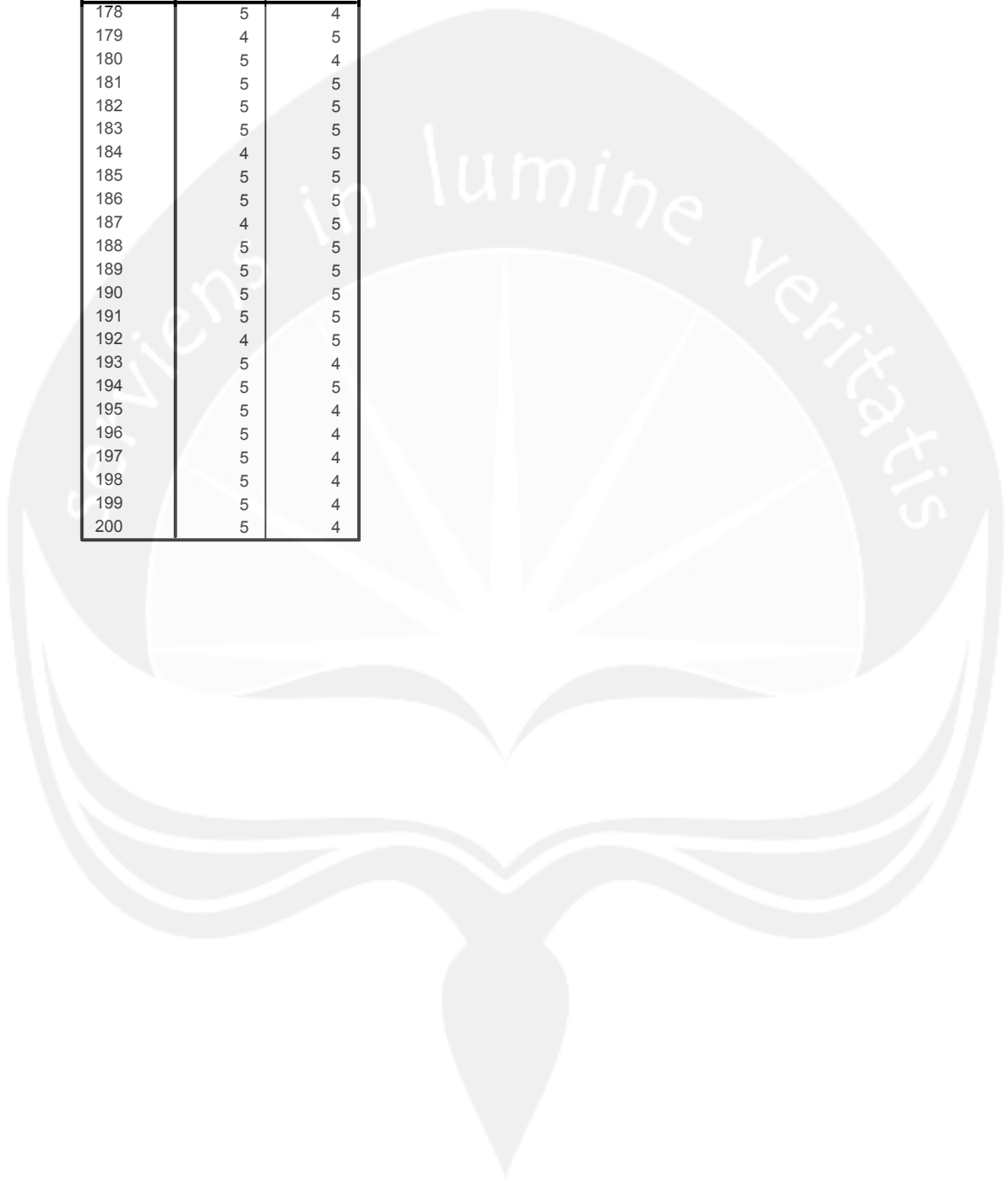
	SO.7	SO.8
60	4	4
61	4	5
62	4	4
63	4	4
64	5	4
65	4	4
66	4	5
67	4	5
68	3	3
69	3	3
70	3	3
71	4	3
72	3	4
73	3	3
74	3	3
75	4	3
76	4	3
77	4	3
78	4	3
79	4	3
80	4	3
81	4	3
82	3	3
83	3	3
84	3	3
85	3	3
86	4	3
87	3	3
88	3	4
89	3	3
90	3	3
91	3	3
92	3	3
93	4	3
94	4	3
95	3	4
96	4	3
97	3	3
98	3	3
99	3	3
100	3	3
101	3	3
102	4	2
103	4	2
104	4	2
105	4	2
106	4	2
107	4	2
108	4	3
109	3	3
110	4	3
111	3	3
112	3	4
113	3	3
114	4	4
115	4	4
116	4	4
117	4	4
118	4	4

Case Summaries

	SO.7	SO.8
119	4	4
120	4	4
121	4	4
122	4	4
123	4	4
124	4	4
125	4	4
126	4	4
127	4	4
128	5	5
129	5	5
130	5	4
131	4	4
132	5	4
133	4	4
134	5	4
135	5	4
136	5	5
137	5	5
138	4	5
139	5	5
140	4	4
141	5	4
142	5	4
143	4	5
144	5	4
145	5	4
146	4	5
147	5	4
148	4	4
149	4	4
150	4	4
151	4	4
152	4	5
153	4	4
154	5	3
155	5	3
156	5	3
157	5	3
158	5	3
159	5	3
160	5	3
161	5	5
162	5	5
163	5	5
164	5	5
165	4	5
166	4	5
167	5	5
168	5	5
169	4	5
170	5	5
171	5	5
172	4	5
173	5	5
174	5	5
175	5	4
176	5	4
177	5	5

Case Summaries

	SO.7	SO.8
178	5	4
179	4	5
180	5	4
181	5	5
182	5	5
183	5	5
184	4	5
185	5	5
186	5	5
187	4	5
188	5	5
189	5	5
190	5	5
191	5	5
192	4	5
193	5	4
194	5	5
195	5	4
196	5	4
197	5	4
198	5	4
199	5	4
200	5	4





LAMPIRAN III

Validitas:Risiko finansial

Correlations

		FR.1	FR.2	FR.3	FR.4	FR.5	Risiko finansial
FR.1	Pearson Correlation	1	.739**	.704**	.566**	.601**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FR.2	Pearson Correlation	.739**	1	.853**	.684**	.660**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FR.3	Pearson Correlation	.704**	.853**	1	.520**	.558**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FR.4	Pearson Correlation	.566**	.684**	.520**	1	.783**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FR.5	Pearson Correlation	.601**	.660**	.558**	.783**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Risiko finansial	Pearson Correlation	.839**	.923**	.847**	.833**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability: Risiko finansial

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	5

Validitas: Risiko produk

Correlations

		PR.1	PR.2	PR.3	PR.4	PR.5	Risiko produk
PR.1	Pearson Correlation	1	.764**	.647**	.613**	.671**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PR.2	Pearson Correlation	.764**	1	.739**	.472**	.515**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PR.3	Pearson Correlation	.647**	.739**	1	.654**	.538**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PR.4	Pearson Correlation	.613**	.472**	.654**	1	.720**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PR.5	Pearson Correlation	.671**	.515**	.538**	.720**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Risiko produk	Pearson Correlation	.875**	.840**	.851**	.821**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability: Risiko produk

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	5

Validitas: Risiko waktu

Correlations

		TR.1	TR.2	TR.3	TR.4	TR.5	TR.6	Risiko waktu
TR.1	Pearson Correlation	1	.461*	.661**	.210	.749**	.462*	.714**
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.265	.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TR.2	Pearson Correlation	.461*	1	.470**	.738**	.678**	.615**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.010		.009	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TR.3	Pearson Correlation	.661**	.470**	1	.394*	.686**	.427*	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009		.031	.000	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TR.4	Pearson Correlation	.210	.738**	.394*	1	.513**	.475**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.265	.000	.031		.004	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TR.5	Pearson Correlation	.749**	.678**	.686**	.513**	1	.771**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TR.6	Pearson Correlation	.462*	.615**	.427*	.475**	.771**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.019	.008	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Risiko waktu	Pearson Correlation	.714**	.829**	.765**	.717**	.925**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability: Risiko waktu

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	6

Validitas: Risiko pengiriman

Correlations

		DR.1	DR.2	DR.3	DR.4	DR.5	Risiko pengiriman
DR.1	Pearson Correlation	1	.560**	.444*	.625**	.343	.784**
	Sig. (2-tailed)		.001	.014	.000	.063	.000
	N	30	30	30	30	30	30
DR.2	Pearson Correlation	.560**	1	.495**	.509**	.453*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.004	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30
DR.3	Pearson Correlation	.444*	.495**	1	.247	.189	.661**
	Sig. (2-tailed)	.014	.005		.188	.317	.000
	N	30	30	30	30	30	30
DR.4	Pearson Correlation	.625**	.509**	.247	1	.433*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.188		.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30
DR.5	Pearson Correlation	.343	.453*	.189	.433*	1	.661**
	Sig. (2-tailed)	.063	.012	.317	.017		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Risiko pengiriman	Pearson Correlation	.784**	.816**	.661**	.763**	.661**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability: Risiko pengiriman

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

Validitas: Risiko sosial

Correlations

		SR.1	SR.2	SR.3	SR.4	Risiko sosial
SR.1	Pearson Correlation	1	.502**	.521**	.502**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.005	.003	.005	.000
	N	30	30	30	30	30
SR.2	Pearson Correlation	.502**	1	.642**	.666**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
SR.3	Pearson Correlation	.521**	.642**	1	.676**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
SR.4	Pearson Correlation	.502**	.666**	.676**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Risiko sosial	Pearson Correlation	.760**	.841**	.860**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability: Risiko sosial

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Validitas: Informasi keamanan

Correlations

		IS.1	IS.2	IS.3	IS.4	IS.5	Informasi keamanan
IS.1	Pearson Correlation	1	.409*	.316	.371*	.389*	.609**
	Sig. (2-tailed)		.025	.089	.043	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IS.2	Pearson Correlation	.409*	1	.312	.379*	.483**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.025		.093	.039	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IS.3	Pearson Correlation	.316	.312	1	.752**	.809**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.089	.093		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IS.4	Pearson Correlation	.371*	.379*	.752**	1	.750**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.043	.039	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IS.5	Pearson Correlation	.389*	.483**	.809**	.750**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.034	.007	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Informasi keamanan	Pearson Correlation	.609**	.655**	.850**	.845**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability: Informasi keamanan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	5

Validitas: Kepercayaan konsumen

Correlations

		T.1	T.2	T.3	T.4	T.5	Kepercayaan konsumen
T.1	Pearson Correlation	1	.596**	.672**	.396*	.622**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.031	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
T.2	Pearson Correlation	.596**	1	.660**	.350	.747**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.058	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
T.3	Pearson Correlation	.672**	.660**	1	.269	.585**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.151	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
T.4	Pearson Correlation	.396*	.350	.269	1	.359	.567**
	Sig. (2-tailed)	.031	.058	.151		.051	.001
	N	30	30	30	30	30	30
T.5	Pearson Correlation	.622**	.747**	.585**	.359	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.051		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Kepercayaan konsumen	Pearson Correlation	.831**	.862**	.831**	.567**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability: Kepercayaan konsumen

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	5

Validitas: Keputusan pembelian

Correlations

		SO.1	SO.2	SO.3	SO.4	SO.5	SO.6	SO.7	SO.8	Keputusan pembelian
SO.1	Pearson Correlation	1	.583**	.412*	.475**	.321	.345	.381*	.368*	.640**
	Sig. (2-tailed)		.001	.024	.008	.084	.062	.038	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.2	Pearson Correlation	.583**	1	.337	.416*	.344	.298	.534**	.402*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.001		.068	.022	.063	.110	.002	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.3	Pearson Correlation	.412*	.337	1	.541**	.586**	.593**	.519**	.362*	.696**
	Sig. (2-tailed)	.024	.068		.002	.001	.001	.003	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.4	Pearson Correlation	.475**	.416*	.541**	1	.710**	.781**	.625**	.663**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.008	.022	.002		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.5	Pearson Correlation	.321	.344	.586**	.710**	1	.744**	.620**	.558**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.084	.063	.001	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.6	Pearson Correlation	.345	.298	.593**	.781**	.744**	1	.635**	.546**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.062	.110	.001	.000	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.7	Pearson Correlation	.381*	.534**	.519**	.625**	.620**	.635**	1	.761**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.038	.002	.003	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SO.8	Pearson Correlation	.368*	.402*	.362*	.663**	.558**	.546**	.761**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.046	.028	.049	.000	.001	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.640**	.643**	.696**	.856**	.794**	.812**	.849**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability: Keputusan pembelian

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	8



LAMPIRAN IV

Frequencies

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	81	40.5	40.5	40.5
	Perempuan	119	59.5	59.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Rata-rata uang saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	51	25.5	25.5	25.5
	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	103	51.5	51.5	77.0
	> Rp 2.000.000	46	23.0	23.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Frekuensi pembelian di bisnis online

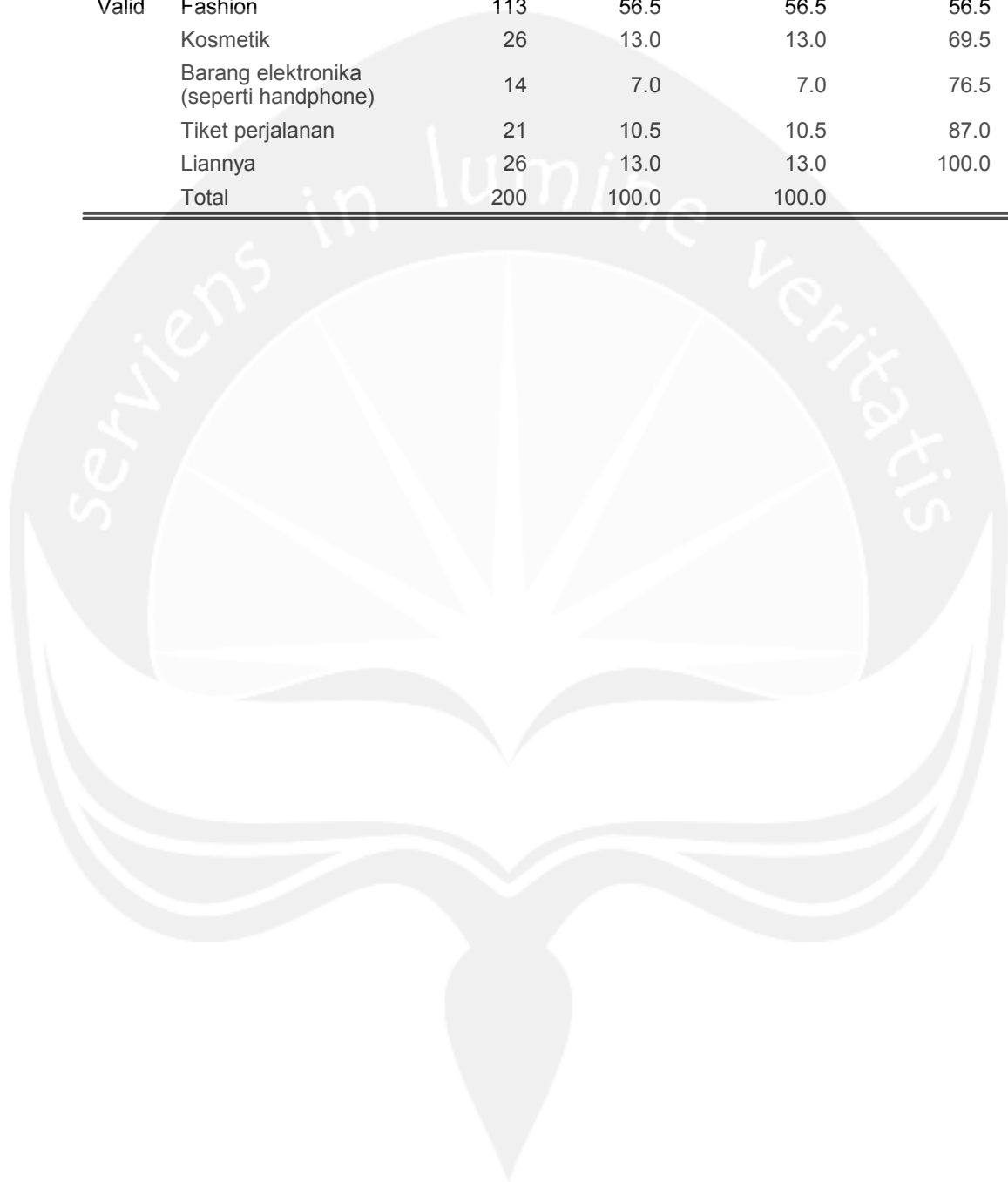
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 kali	140	70.0	70.0	70.0
	6 - 10 kali	47	23.5	23.5	93.5
	> 10 kali	13	6.5	6.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Bisnis online yang paling sering Anda kunjungi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OLX	93	46.5	46.5	46.5
	Lazada	39	19.5	19.5	66.0
	Zalora	34	17.0	17.0	83.0
	Blibli.com	20	10.0	10.0	93.0
	Kaskus	14	7.0	7.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Jenis produk yang paling sering Anda beli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fashion	113	56.5	56.5	56.5
	Kosmetik	26	13.0	13.0	69.5
	Barang elektronika (seperti handphone)	14	7.0	7.0	76.5
	Tiket perjalanan	21	10.5	10.5	87.0
	Liannya	26	13.0	13.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	





LAMPIRAN V

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Information security, Social risk, Financial risk, Time risk, Delivery risk, Product risk	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.463	.51310

a. Predictors: (Constant), Information security, Social risk, Financial risk, Time risk, Delivery risk, Product risk

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.693	6	7.782	29.560	.000 ^a
	Residual	50.811	193	.263		
	Total	97.503	199			

a. Predictors: (Constant), Information security, Social risk, Financial risk, Time risk, Delivery risk, Product risk

b. Dependent Variable: Kepercayaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	4.864	.390		12.461	.000
	Financial risk	-.143	.060	-.133	-2.378	.018
	Product risk	-.232	.082	-.198	-2.829	.005
	Time risk	-.138	.059	-.147	-2.336	.020
	Delivery risk	-.156	.070	-.147	-2.223	.027
	Social risk	-.053	.052	-.059	-1.002	.318
	Information security	.319	.056	.331	5.739	.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.547	.544	.50402

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.631	1	60.631	238.670	.000 ^a
	Residual	50.299	198	.254		
	Total	110.930	199			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.879	.183			4.796	.000
	Kepercayaan	.789	.051	.739		15.449	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian



LAMPIRAN VI

TABEL DISTRIBUSI R

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