

**KEPERCAYAAN PADA PENJUAL DAN PERSEPSI RESIKO
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI INTERNET
(ONLINE)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Psikologi

Disusun Oleh:

Maulina Hardiyanti
08.710.115

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2012



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571
YOGYAKARTA 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 907.d /2012

Skrripsi/Tugas Akhir dengan judul : KEPERCAYAAN PADA PENJUAL DAN PERSEPSI
RESIKO PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI INTERNET (ONLINE)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Maulina Hardiyanti
NIM : 08710115

Telah dimunaqsyahkan pada : Jumat, tanggal: 6 Juli 2012
dengan nilai : 95.33/A

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Erika Setyanti K Putri, M.Si
NIP. 19750514 200501 2 004

Penguji I

Retno Pandan Arum K, M.Si
NIP.19731229 200801 2 005

Penguji II

Mustudin, M.Si
NIP. 19820220 200901 1 006

Yogyakarta,
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
B E K A N

Prof. Dr. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 19630306 198903 1 010



PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda dibawah ini adalah :

Nama : Maulina Hardiyanti

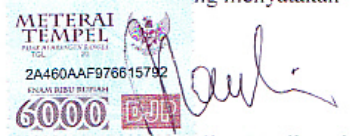
NIM : 08710115

Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya adalah asli hasil karya peneliti sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya dan pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Yogyakarta, 2 Juli 2012

Yang menyatakan



Maulina Hardiyanti

NIM. 08710115

NOTA DINAS PEMBIMBING

Prof. Dr. Dudung Abdurrahman
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
NOTA DINAS PEMBIMBING
Hal : Skripsi

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Maulina Hardiyanti
NIM : 08710115
Prodi : Psikologi
Judul : Kepercayaan pada Penjual dan Persepsi Resiko pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (*online*)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Psikologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2 Juli 2012
Pembimbing



Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si
NIP. 197505142005012004

HALAMAN MOTTO

Hidup perlu mediator untuk bisa menjadi lebih bermakna

Kebaikan tidak datang dari siapa (M. Fahmi Annas)

ihdinassitotol mustaqiem

sami'na wa ato'na

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk:

Ψ Kedua orang tuaku tercinta

Aliman Basar dan Muflikhah

Ψ Kakak dan adikku

Maulana Hasan dan Dede Prasetyo Aji

Ψ Keluarga Besar ku tercinta

Ψ Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Alhamdu lillah, wasyukru lillahi rabbil'alamien. Puji dan syukur tercurah kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kasih atas limpahan SayangNya sehingga skripsi ini yang berjudul "Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Resiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (*online*)" dapat disusun dengan penuh perjuangan, dan kesabaran. Semoga atas Ridho-Nya skripsi ini akan bermanfaat. Shalawat dan salam semoga Allah Limpahkan kepada nabi, rasul, dan cahaya kami Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, keturunannya, serta semua yang mengikuti keteladanannya.

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis dengan sepenuh hati ingin menyampaikan permohonan maaf dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini, antara lain kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Erika Setyanti Kusuma Putri, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu membimbing serta memotivasi penulis untuk senantiasa menjadi lebih baik dalam penyusunan skripsi ini, Sukses juga buat disertasinya bu.
3. Ibu Retno Pandan Arum K S. Psi. M.Si selaku pembahas dalam skripsi ini, terima kasih atas masukannya yang sangat membangun dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Mustadin Taggala S.Psi, M.Si yang telah bersedia menjadi penguji dan yang telah banyak memberikan pelajaran diluar kelas untuk bisa belajar lebih banyak, terima kasih atas masukan dan motivasinya. Semoga segera selesai juga program doktornya.
5. Abah dan mama ku tersayang Bpk. Aliman Basar dan Ibu Muflikhah yang sudah sangat keras berjuang dan sangat berjasa bagi penulis hingga sampai pada saat ini "you are my everything". Kakak dan adikku Maulana Hasan dan Dede Prasetyo Aji yang sudah memberikan motivasi bagi penulis untuk segera menyelesaikan studinya.

6. Keluarga besarku tercinta Mba yayu, fela, om Ma'rup dan bulik Iis dan semuanya yang juga ikut andil dalam memberikan motivasi bagi penulis.
7. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi yang telah banyak memberikan pengetahuan yang sangat berarti, serta seluruh staff Tata Usaha dan kemahasiswaan yang telah membantu dalam proses penelitian ini.
8. Teman-teman psikologi angkatan 2008, *greatest thanks to* Mba etyk, Uci, Via, Mba weny, Dhida, Mbah dul, urip, mba dani, Mas Dar dll yang selama 4 tahun ini kita bersama-sama melewati suka dan duka "*love u all*". Uul dan atul yang udah bantuin nyebar angket, Special thanks to Iswari serta Ajeng yang udah bantu juga dalam diskusi skripsi ini.
9. Teman-teman alumni Sunan Pandanaran 2008 genk Tomcat Bang Isong, Hana, Asep, Hilman kalian temanku berbagi dan bersenang-senang, serta yang lainnya yang selalu ingat akan pelajaran yang pernah kita dapat dipesantren.
10. Teman-temanku semua dari semua kalangan mas Eko Ari Wibowo yang sering tak repoti. Mba Dyna Helina atas kerjaan sampingannya, Temen-temen YLIP yang udah menginspirasi untuk lebih jauh melangkah. Temen-temen kos Pak Mighy "seatap, sepenanggungan". Dan Mas M. Fahmi Annas orang yang udah selalu ada buat tempat curhat, belajar menjadi lebih baik memegang norma-norma kehidupan dan memotivasi buat selalu "*Move on*", makasih banyak ya dan terus berkarya.
11. Buat genk Pantry mas Paijo, Mas arif maksih buat berbaginya.

Demikian kata pengantar ini dibuat, kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini terbuka lebar-lebar demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan bisa menjadi gambaran untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 2 Juli 2012

Penulis

Maulina Hardiyanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan penelitian.....	13
D. Manfaat penelitian.....	13
E. Keaslian penelitian.....	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Keputusan Pembelian.....	17
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2. Pandangan Pengambilan Keputusan Konsumen.....	19
3. Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen	21
4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
5. Aspek-aAspek Keputusan Pembelian	36
6. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38

7. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Online.....	41
B. Kepercayaan pada Penjual	42
1. Pengertian Kepercayaan.....	42
2. Dimensi Kepercayaan	44
C. Persepsi Resiko	45
1. Pengertian Persepsi Resiko	45
2. Macam-Macam Resiko	47
3. Dimensi Persepsi Resiko.....	48
D. Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Resiko Pada Pengambilan Keputusan Pembelian Melalui Internet (<i>online</i>)	49
E. Hipotesis.....	53
BAB III. METODE PENELITIAN.....	54
A. Identifikasi variabel Penelitian	54
B. Definisi operasional variabel.....	54
1. Keputusan Pembelian Melalui Internet.....	54
2. Kepercayaan Pada Penjual	54
3. Persepsi Resiko	54
C. Subjek penelitian.....	55
D. Metode pengumpulan data	56
1. Skala keputusan Pembelian Melalui Internet.....	56
2. Skala Kepercayaan Pada Penjual	57
3. Skala Persepsi Resiko	58
E. Reliabilitas dan validitas	59

F. Metode analisis data.....	61
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Orientasi kancan.....	63
B. Persiapan penelitian	64
1. Proses perizinan	64
2. Pelaksanaan uji coba	65
3. Hasil uji coba.....	65
a. Hasil <i>pre eliminary try out</i>	65
b. Hasil analisis data uji coba.....	66
4. Validitas	76
5. Koefisien Reliabilitas	77
C. Pelaksanaan penelitian	78
D. Analisis data	79
1. Kategorisasi kondisi individu pada masing-masing skala	81
2. Uji normalitas.....	85
3. Uji linearitas	87
4. Uji hipotesis	88
E. Pembahasan.....	92
BAB V. PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Gambaran Blueprint.....	52
Tabel 3.2. Blueprint Skala Keputusan Pembelian <i>online</i>	55
Tabel 3.3. Blueprint Skala kepercayaan pada penjual	56
Tabel 3.4. blueprint skala persepsi resiko	58
Tabel 4.1. Sebaran Aitem Skala Keputusan Pembelian <i>online</i>	67
Tabel 4.2. Sebaran aitem valid dan gugur Keputusan Pembelian melalui internet.....	68
Tabel 4.3. Sebaran aitem valid dan gugur Skala Keputusan Pembelian melalui internet dengan nomor baru.....	69
Tabel 4.4. Sebaran aitem Skala Kepercayaan pada penjual.....	71
Tabel 4.5. Sebaran aitem valid dan gugur skala Kepercayaan pada penjual setelah <i>Try Out</i>	72
Tabel 4.6. Sebaran aitem valid dan gugur skala Kepercayaan pada penjual dengan nomor baru	73
Tabel 4.7 Sebaran aitem skala persepsi resiko.....	74
Table 4.8 Sebaran aitem valid dan gugur skala persepsi resiko.....	75
Table 4.9 sebaran aitem skala persepsi resiko dengan nomor baru	76
Tabel4.10. Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian melalui Internet, Kepercayaan pada penjual dan persepsi Resiko	77
Tabel 4.11. Deskripsi Demografi Subjek.....	79

Tabe 4.12. Jumlah Subjek berdasarkan frekuensi pembelian melalui internet.....	80
Tabel 4.13. Perbandingan <i>mean</i> 3 variabel antara laki-laki dan perempuan	81
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif Skor hipotetik dan Skor empirik.....	83
Tabel 4.15 Kategori Skor setiap subjek Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet	84
Tabel 4.16. Kategori Skor setiap subjek Skala Kepercayaan pada Penjual.....	85
Tabel 4.17. Kategori Skor setiap subjek Skala Persepsi Resiko.....	86
Tabel 4.18. Uji Normalitas Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet, Kepercayaan Pada Penjual Dan Persepsi Resiko	87
Tabel 4.19. Hasil Uji Linearitas Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet, Kepercayaan Pada Penjual Dan Persepsi Resiko	88
Tabel 4.20. Hasil Uji Hipotesis Korelasi <i>Pearson</i>	90
Table 4.21 Hasil Uji Hipotesis Regresi Bergandan Dan Partial	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Internet Menurut <i>Internet World Stats</i>	1
Gambar 2.1 Proses Penambilan Keputusan Philip Kotler (2001).....	25
Gambar 2.2 Model Langkah Keputusan Pembelian	26
Gambar 2.3 Bagan Dinamika Psikologi Hubungan Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet.....	50
Gambar 4.1 Diagram perbandingan intensitas pembelian melalui internet antara laki-laki dan perempuan	81
Gambar 4.2 Diagram perbandingan keputusan pembelian online, kepercayaan pada penjual dan persepsi resiko antara laki -laki dan perempuan	82
Gambar 4.3 Diagram perbandingan <i>mean</i> keputusan pembelian melalui internet, kepercayaan dan persepsi resiko ditinjau dari intensitas pembelian.....	97
Gambar 4.4 Diagram perbedaan frekuensi pembelian dilihat dari jenis kelamin.....	98
Gambar 4.5 Diagram perbedaan mean tingkat kepercayaan, persepsi resiko dan keputusan pembelian melalui internet antara laki-laki dan perempuan.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

A. Data <i>Try Out</i>	106
1. Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet	107
2. Skala Kepercayaan pada Penjual	108
3. Skala Persepsi Resiko	109
B. Data Penelitian	110
1. Data Keputusan Pembelian Melalui Internet	111
2. Data Kepercayaan pada Penjual.....	113
3. Data Persepsi Resiko.....	115
C. Validitas Konstruk	117
1. Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet	118
2. Skala Kepercayaan pada Penjual	163
3. Skala Persepsi Resiko	224
D. Reliability	242
1. Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet.....	243
2. Skala Kepercayaan pada Penjual	244
3. Skala Persepsi Resiko	247
E. Uji Asumsi	248
1. Uji normalitas.....	249
2. Uji Linearitas.....	250
F. Uji Hipotesis.....	257
G. Alat Ukur/ Skala.....	258
1. Skala <i>Try Out</i>	268
2. Skala Penelitian.....	138

KEPERCAYAAN PADA PENJUAL DAN PERSEPSI RESIKO PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI INTERNET (*ONLINE*)

Maulina Hardiyanti

Prodi Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan kepercayaan pada penjual pada keputusan pembelian melalui internet (*online*) yang dimediasi oleh persepsi resiko. Subjek penelitian adalah mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian melalui internet. Jumlah subjek pada penelitian ini adalah sebanyak 76 orang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data diperoleh dengan melakukan pengukuran dengan menggunakan skala kepercayaan pada penjual, skala keputusan pembelian melalui internet dan skala persepsi resiko. Teknik analisis yang digunakan adalah uji hubungan *product moment*, teknik analisis regresi berganda dengan strategi *causal step* dan korelasi *partial* dengan bantuan software IBM SPSS Statistic 17.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan pada penjual dengan keputusan pembelian melalui internet dengan dimediasi persepsi resiko dengan koefisien regresi $R = 0,687$ dan terdapat pengaruh langsung $c' = -0,025$.

Kata Kunci : *Keputusan pembelian melalui internet, kepercayaan pada penjual, persepsi resiko*

TRUST TO THE VENDOR AND PERCEIVED RISK IN ONLINE PURCHASE DECISIONS MAKING

Maulina Hardiyanti

Psychology of Sunan Kalijaga State Islamic University

Yogyakarta

Abstract

The purpose of this research is to investigate the influence of trust to vendor to the online purchase decisions making mediated by perceived risk. The subjects of this research are students in UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta who have been ever make online purchase decisions making. The number of subjects in this research are 76 students.

The methodology of this research is quantitative research. The data are obtained using Online Purchase Decisions Making Scale, Trust to Vendor Scale, and Perceived Risk Scale. The data analyzed using product moment correlation test, multiple regression with causal step strategy and partial correlation.

The result of this research are there are a positive effect between trust to vendor to the online purchase decisions making mediated by perceived risk with coefficient regression $R = 0,687$ and there are direct effect $c' = -0,025$.

Keywords: *online purchase decisions making, trust to vendor, perceived risk*

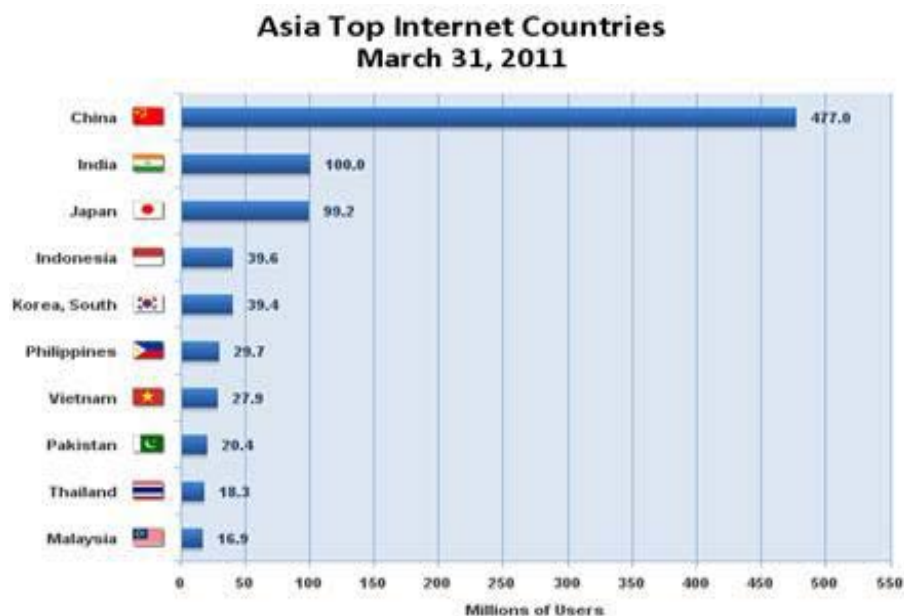
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era global dewasa ini terutama dalam bidang teknologi informasi menjadikan internet tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi seperti mengirim surat elektronik atau *email* saja seperti pada awal perkembangannya. Akan tetapi juga sudah merambah kepada interaksi yang lebih kompleks lagi. Seperti dalam beberapa tahun ini banyak sekali bermunculan toko-toko maya di internet.

Menurut data statistik dari *internetworldstats.com* Indonesia menempati peringkat ke empat di Asia dalam jumlah pengguna internetnya yaitu sebesar 39.600.000 pengguna. Berikut data yang dikutip dari *statistic internetworldstats.com* :



Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Internet Menurut *Internet world Stat*

Berkembangnya internet membuat banyak hal baru muncul yang disebabkan oleh pengaruh kemajuan teknologi yang digunakan, salah satunya adalah pembelian atau belanja barang ataupun jasa melalui internet atau yang biasa disebut belanja secara *online*. Menurut www.kamus.web.id istilah *online* memiliki arti terhubung ke komputer atau jaringan komputer dalam hal ini jaringan internet. Sehingga pembelian *online* bisa diartikan sebagai transaksi pembelian yang dilakukan dengan menggunakan media komputer yang terhubung dengan jaringan internet. Disini antara penjual dan pembeli berkomunikasi jarak jauh tanpa harus bertatap muka secara langsung. Barang yang dibeli akan dikirimkan kepada pembeli setelah pembeli melakukan pengiriman uang kepada penjual.

Berbelanja melalui internet (*online*) telah menjadi alternatif tersendiri bagi konsumen untuk melakukan transaksi jual beli. Dengan memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang saat ini konsumen telah diberikan cara lain berbelanja yang lebih praktis tanpa harus keluar rumah. Jumlah pembelanja melalui internet juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Bagi sektor bisnis hal ini merupakan terobosan guna memajukan perusahaannya. Perusahaan banyak yang memanfaatkan media internet guna menunjang bisnisnya seperti sebagai media promo. Bahkan ada beberapa perusahaan yang hanya memiliki bisnis di dunia maya saja, mereka tidak memiliki toko fisik yang dipergunakan untuk memamerkan produknya.

Melihat banyaknya pengguna internet serta penggunaannya yang sudah mulai berkembang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai menerima berkembangnya teknologi terutama di sektor bisnis. Data dari survey EIU (*Economist Intelligence Unit*) tahun yang dikutip dari iptek.net Indonesia menempati peringkat 38 dunia tentang kesiapan perniagaan melalui internet (*online*) tahun 2000-2004, sedang peringkat pertama diduduki oleh Amerika serikat. Negara Asia tenggara yang menempati peringkat atas adalah Thailand diperingkat 27, Malaysia peringkat 32 dan disusul Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cukup siap dalam menghadapi perdagangan secara elektronik (www.iptek.net diunduh tanggal 3 Februari 2012). Kesiapan perniagaan elektronik dalam artikel tersebut dinilai dari kondisi jaringan komunikasi atau telepon, biaya koneksi ke internet, tingkat bebas buta huruf, serta penguasaan bahasa inggris.

Menurut berita yang dilansir salah satu media *online* Indonesia *vivanews.com* pada 14 Juli 2010 bahwa berdasarkan hasil riset *Global Online Shopping Report*, 80% pengguna internet di Indonesia berencana untuk melakukan belanja melalui internet (*online*) dalam enam bulan ke depan. Dalam berita itu juga dikatakan bahwa survey yang dilakukan oleh badan *consumer research* Indonesia yaitu Nielsen pada maret 2011 terhadap 7.063 yang berpartisipasi pada *Nielsen Global Online Survey* menghasilkan bahwa 68% responden mengaku pernah melakukan belanja melalui internet. Sedang situs berita *online* lain yaitu detik.com pada artikelnya tanggal 13 Desember 2010 menyebutkan menurut data dari

lembaga riset *International Data Corporation* (IDC) nilai transaksi perdagangan *online* di Indonesia pada tahun 2009 mencapai Rp. 3,5 Triliun.

Data diatas menunjukkan bahwa transaksi jual-beli melalui internet sudah berkembang di Indonesia. Pesatnya pertumbuhan tren belanja melalui internet dikarenakan bisnis di internet tidak memerlukan modal terlalu banyak dan cukup mudah dalam pengembangannya. Seperti pada wawancara yang dilakukan pada tanggal 13 Januari 2012 terhadap salah satu pemilik toko *online* berinisial HF berikut:

“Buka toko online itu lebih mudah karena gak perlu modal yang gede Cuma tinggal pasang iklan di internet saja, jadi ya lebih mudah, lebih murah dan lebih gampang. Lagian sekarang kayaknya kok lebih prospek bisnis kayak gituan ya (bisnis online.red) dibanding harus buka toko yang modalnya gede”

Hal tersebut menunjukkan bahwa perdagangan melalui internet memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku bisnis dikarenakan minimnya modal yang dibutuhkan guna membangun bisnisnya tersebut.

Beragamnya toko maya yang berkembang apalagi dengan memanfaatkan situs jejaring sosial seperti *Facebook* yang banyak dipakai oleh masyarakat dalam berinteraksi membuat banyak orang tertarik untuk memutuskan membeli melalui internet. Keputusan secara umum didefinisikan sebagai pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan (Schiffman & Kanuk,2000). Disini ada alternatif pilihan yang harus dipilih oleh konsumen, sehingga diperlukan beberapa proses untuk kemudian memutuskan pada pilihannya tersebut. Pengertian keputusan pembelian

itu sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan membeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Semua aspek pengaruh dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, arti, kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam menerjemah informasi baru di lingkungan. Akan tetapi, inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. (Setiadi, 2010)

Dalam keputusan membeli ada beberapa proses yang perlu dilewati oleh konsumen, Kotler dan Susanto (1999) membaginya menjadi lima tahap yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Akan tetapi dalam keputusan pembelian secara *online* ada sedikit perbedaan dimana dibutuhkan keterlibatan yang lebih mendalam untuk sampai pada keputusan untuk membeli produk tersebut. Hal ini disebabkan banyak faktor yang mempengaruhi proses keputusan membeli secara *online*.

Faktor- faktor yang melatar belakangi konsumen dalam pembelian melalui internet sangat beragam mengingat resiko yang didapatkannya lebih besar dibanding dengan membeli secara tradisional atau secara langsung. Menurut

Stanton dan kawan-kawan (1991) kekuatan sosial budaya dan psikologis berpengaruh terhadap perilaku membeli oleh konsumen. Faktor budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan dan keluarga. Sedang faktor psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan dan gambaran diri.

Menurut Sonja dan Ewald (2003) berbelanja melalui internet mempunyai keunikan tersendiri dibanding dengan belanja secara tradisional, yaitu dari segi ketidakpastian, anonim, minimnya kontrol, dan potensi dalam pengambilan kesempatan. Pengambilan kesempatan disini adalah peluang untuk menyalahgunakan hal-hal yang sifatnya privasi bagi pembeli. Para konsumen yang membeli melalui internet dihadapkan pada permasalahan yang pembeli sendiri tidak bisa mengontrol secara pasti pemenuhan harapannya ketika ia membeli sesuatu melalui internet karena mereka tidak bisa melihat secara langsung barang yang akan dibelinya maupun bertemu langsung penjual yang menawarkan produknya.

Toko-toko *online* pada awalnya muncul melalui situs-situs *website* dan *blogspot* yang bisa didesain tampilannya untuk bisa dilihat sisi keseriusan toko tersebut dalam melakukan transaksi jual-beli melalui internet. Di Indonesia kemudian berkembang situs-situs jual-beli *online* yang banyak digunakan untruk bertransaksi jual-beli secara *online* seperti tokobagus.com, berniaga.com, kaskus dan lain sebagainya. Seiring pesatnya perkembangan teknologi muncullah situs jejaring sosial yang banyak digunakan orang sebagai sarana berkomunikasi salah

satunya yaitu *facebook*. Jejaring sosial ini ternyata juga banyak dimanfaatkan untuk sarana membuka toko maya dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya. Akan tetapi sejauh ini belum ada data ataupun penelitian yang membandingkan bagaimana karakteristik pembeli pada beberapa media toko *online*.

Internet tidak hanya menawarkan kemudahan bagi penggunanya akan tetapi juga memberikan dampak yang juga merugikan. Dalam kasus jual-beli di internet tidak sedikit konsumen yang tertipu dalam bertransaksi secara *online*, karena kurangnya interaksi secara langsung (*face to face*) antara penjual dan pembeli sehingga resiko yang didapatkan juga akan semakin besar. Seperti terjadinya pencurian data-data pribadi serta keuangan konsumen (*Phishing*) melalui pembuatan toko *online* palsu yang digunakan untuk menarik konsumen yang akan ditipu. Dalam jurnal yang dipresentasikan oleh Pin An Wang (2011) dalam *World Congress Engineering* di London tentang resiko pencurian data pribadi serta keuangan konsumen (*phising*), *phishing* adalah kejahatan di dunia maya dengan menggiring konsumen untuk membeli di toko maya palsunya yang kemudian mencuri data pribadi dan keuangan konsumen. *Phishing* telah menjadi resiko bertransaksi melalui internet yang serius terkait dengan privasi, keamanan dan kepercayaan dan merupakan fenomena besar yang signifikan pada B2C (*business to Consumer*) diperdagangan *online*. Sehingga di sini diperlukan besarnya pertimbangan dalam melakukan pembelian (Leung, 2007).

Bagi konsumen yang bertransaksi di internet, melakukan transaksi dengan penjual di internet akan mempertimbangkan ketidakpastian dan resiko jika

dibandingkan dengan transaksi jual beli secara tradisional. Faktor keamanan transaksi masih menjadi kendala utama mengapa penetrasi transaksi melalui internet masih sangat kecil di Indonesia (Hasanuddin, 2010). Salah satu kasus keamanan yang menghalangi berkembangnya transaksi jual beli melalui internet adalah banyaknya penyalahgunaan kartu kredit yang digunakan untuk bertransaksi di internet. Menurut hasil riset pada tahun 2001 yang dilakukan oleh ClearCommerce.com yang berkantor di Texas, Indonesia dinyatakan berada di urutan ke dua negara asal pelaku kejahatan didunia maya (*cyberfraud*) setelah Ukraina. Hasilnya menunjukkan bahwa sekitar 20% dari total transaksi kartu kredit dari Indonesia di Internet adalah curang (*fraud*). Riset tersebut mensurvei 1.137 toko *online*, 6 juta transaksi, dan 40 ribu pelanggan (Utoyo, 2003). *Fraud* merupakan bentuk penipuan atau kecurangan dalam penggunaan kartu kredit dengan mencuri data pribadi dalam kartu kredit tersebut yang kemudian disalahgunakan oleh pelakunya. Tindak kejahatan lain yang memanfaatkan kartu kredit sebagai alat dalam bertransaksi melalui internet adalah pembajakan kartu kredit (*carding*).

Tindak kejahatan lain yang banyak terjadi ialah penipuan melalui media internet dengan modus menawarkan barang-barang elektronik seperti Hp, laptop, kamera dan lain sebagainya dengan harga yang murah melalui jejaring *facebook*. Seperti yang dikutip dalam laporan situs resmi Polda Metro Jaya yaitu www.reskrimsus.metro.polri.go.id tentang kejahatan didunia maya. Subdit IV *cybercrime* Polda Metro Jaya banyak menangkap tersangka penipuan di internet

yang membuat toko maya palsu dan menawarkan produknya secara murah. Bahkan salah satu situs internet yang menyediakan tempat jual beli melalui internet yaitu bukalapak.com memaparkan sekitar 21% dari pengguna internet atau 1 dari 5 konsumen pernah ditipu. Sehingga situs tersebut membuat kampanye anti penipuan melalui situs www.stoppenipuan.com. Didalam situs tersebut setiap harinya terdapat laporan penipuan yang dialami konsumen yang membeli barang melalui internet.

Melihat data yang ada maka komponen yang harus diperhatikan dalam melakukan keputusan belanja melalui internet adalah kepercayaan (*trust*). Dalam komunitas maya ataupun hal yang berhubungan dengan komunikasi elektronik, kepercayaan disinyalir dapat menyajikan resiko pada konsumen (Grabner dkk, 2003). Kepercayaan dalam pembelian melalui internet muncul dengan mensyaratkan adanya faktor persepsi resiko yang muncul pada saat proses pembelian. Kepercayaan merupakan aspek yang harus dibangun terlebih dahulu ketika seseorang memutuskan untuk membeli melalui internet. Dikarenakan konsumen akan merasakan adanya suatu resiko yang akan ditanggungnya ketika ia memutuskan membeli melalui internet. Menurut Patricia Wallace (1999) bagaimanapun juga internet merupakan system yang tidak sempurna, seperti pada contohnya pada system yang menggunakan keuntungan komentar positif dari pelanggan untuk bisa menarik pelanggan lain seperti pada sistus lelang *online* e-bay dimana pelanggan bisa memberikan komentar positif atau negative pada barang yang dilelang, akan tetapi penjual disini lebih banyak memanipulasi

komentar negative dengan meminimalisir tampilan komentar negative tersebut pada situsnya. Sehingga kepercayaan disini benar-benar aspek penting yang harus dibangun untuk kesuksesan bertransaksi melalui internet.

Suatu kepercayaan yang dibangun konsumen dalam melakukan keputusan pembelian akan didahului oleh adanya persepsi tentang adanya resiko yang akan didapat ketika konsumen melakukan pembelian melalui internet. Persepsi terhadap resiko merupakan adanya suatu perasaan oleh konsumen bahwa keputusan yang dilakukannya akan menghasilkan suatu konsekuensi yang tak dapat diantisipasi dengan suatu perkiraan yang pasti (Schiffman & Kanuk, 2004).

Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Jarvenpaa dan kawan-kawan (1999) bahwa resiko memediasi peran diantara kepercayaan dan keinginan untuk membeli. Keputusan membeli melalui internet yang disinyalir adanya suatu ketidak pastian atau resiko perlu menghadirkan kepercayaan yang akan menurunkan persepsi resiko sehingga keputusan pembelian akan tercapai. Pendapat ini juga diperkuat oleh Gefan (2000) bahwa kepercayaan dimediasi oleh resiko atau secara langsung meningkatkan intensi perilaku pembelian. Seseorang yang percaya untuk melakukan pembelian melalui internet berarti mereka bersedia untuk mengambil resiko atau segala kemungkinan yang akan terjadi dikemudian hari. Sehingga bisa diartikan bahwa kepercayaan konsumen muncul karena ia bisa menurunkan persepsi resikonya atau sebaliknya konsumen tidak akan percaya jika tingkat persepsi resikonya lebih tinggi. Hal ini karena hubungan antara kepercayaan dan persepsi resiko adalah negative. Keadaan tersebut akan

berdampak langsung pada intense keputusan membeli melalui internet oleh konsumen.

Pembuktian ilmiah lain dilakukan melalui penelitian lain yang dilakukan oleh D.J. Kim dan kawan-kawan (2008) tentang *The role of trust, perceived risk* dan *their antecedents*. Pada penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang kuat secara positif pada keputusan pembelian *online* dan merupakan faktor yang penting pada keputusan bertransaksi secara *online*. Hal serupa juga didapati pada variable persepsi akan resiko mempunyai pengaruh yang kuat secara negatif pada keputusan pembelian *online*. Persepsi akan resiko pada penelitian ini memediasi kepercayaan dan keputusan pembelian melalui internet, hal ini dikarenakan kepercayaan menjadi sesuatu yang relevan ketika berada disituasi yang mengandung resiko, walaupun konsumen tidak dapat mengontrolnya secara penuh.

Sama halnya dengan penelitian diatas penelitian yang dilakukan oleh Hung Kit Lui dan Rodger Jamieson berjudul *Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model* juga menemukan bahwa kepercayaan merupakan fondasi pada perdagangan elektrik. Dalam penelitian ini kepercayaan memiliki pengaruh yang positif untuk penurunan persepsi resiko pada konsumen.

Adanya konsekuensi yang tidak dapat diantisipasi oleh konsumen ternyata tidak menyurutkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian melalui internet. Hal ini dilihat dari semakin bertambahnya para konsumen yang

percaya untuk melakukan pembelian melalui internet walaupun disatu sisi banyak juga bermunculan toko-toko maya palsu dan banyaknya tindak penipuan di internet.

Melihat fenomena tersebut peneliti ingin melihat bagaimana para pembelanja melalui internet masih tetap melakukan keputusan untuk membeli melalui internet walaupun sudah ada bukti bahwa berbelanja melalui internet mengandung resiko yang cukup signifikan. Serta bagaimanakah kepercayaan dibangun oleh pembelanja *online* sehingga mereka tetap memutuskan untuk membeli secara *online*. Serta bagaimana kaitannya dengan persepsi resiko pada konsumen dalam memutuskan untuk membeli secara *online*.

Berdasarkan uraian diatas, sehingga peneliti menyimpulkan penelitian ini akan membahas tentang **“KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI INTERNET (*ONLINE*)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kepercayaan dan persepsi resiko berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian secara *online* dimana dalam pembelian *online* hanya mengandalkan teknologi dalam bertransaksi.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan keputusan membeli secara *online* dari faktor-faktor yang melatar belakangi konsumen dalam melakukan pembelian secara *online* serta bagaimana kepercayaan dan persepsi akan resiko berpengaruh terhadap keputusan membeli secara *online*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan (*trust*), perasaan akan resiko (*perceived risk*) pada konsumen terhadap keputusan pembelian secara *online*.
2. Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai bahan acuan bagi pelaku perdagangan *online* bisa melakukan pembangunan kepercayaan pada konsumen dalam melakukan bisnisnya serta untuk konsumen *online* bisa menjadi landasan dalam melakukan keputusan pembelian secara *online*.

E. Keaslian Penelitian

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dan. J. Kim, dan kawan-kawan (2007) menggunakan variable peran kepercayaan (*The Role of Trust*), persepsi resiko dan factor yang mempengaruhinya. Penelitian ini dilakukan terhadap 512 responden tapi hanya 468 yang sesuai dengan kriteria penelitian. Terdapat tiga variable yang diukur dalam penelitian tersebut yaitu: persepsi resiko (*Perceived risk*), Kepercayaan (*Trust*), dan persepsi keuntungan (*Perceived benefit*). Dimana dalam hipotesis yang diujinya persepsi resiko memediasi antara kepercayaan dan intense

pembelian. Dalam penelitian ini kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap intensitas pembelian konsumen, sedang kepercayaan mempunyai pengaruh yang negative terhadap resiko. Variabel resiko, intensi dan keuntungan mempunyai koefisien korelasi yang signifikan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh D.J Kim dengan penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel dari penelitian Kim yaitu: kepercayaan (*Trust*) dan persepsi resiko (*Perceived Risk*).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Pauline Ratnasingam, dan kawan-kawan (2002) yaitu *The Importance of Technology Trust for B2B Electronic Commerce*. Dalam penelitian ini menggunakan variable kepercayaan terhadap teknologi (*Technology Trust*), rekan bisnis (*Trading Partner*), persepsi resiko (*Perceived Risk*), persepsi keuntungan (*Peceived Benefit*), dan kinerja perdagangan elektrik (*E-commerce Performance*). Subjek pada penelitian ini ada 288 responden akhir. Hasil dari penelitian ini menerima semua hipotesis yang diajukan yaitu kepercayaan terhadap teknologi mempunyai hubungan yang positif dengan rekan dagang, persepsi keuntungan dan kinerja perdagangan elektronik dengan variable persepsi resiko sebagai kontrolnya.

Perbedaan dengan penelitian ini adalah hanya menggunakan variable kepercayaan saja dan variable kepercayaan yang digunakan adalah kepercayaan pada penjual bukan pada teknologi. Selain itu, sudut pandang peneliti yang digunakan juga berbeda, jika penelitian Ratnasingam, dkk (2002) menggunakan sudut pandang penjual sebagai pihak yang akan mendapat pengaruh langsung dari

penelitiannya, sedang sudut pandang penelitian ini menggunakan pembeli atau konsumen yang akan mendapat pengaruh langsung penelitian.

3. Penelitian Jarvenpaa dan kawan-kawan (2000) mengenai Kepercayaan konsumen pada toko internet. Penelitian ini mengukur 6 variabel yaitu persepsi ukuran (*Perceived Size*), Persepsi Reputasi (*Perceived Reputation*), kepercayaan pada toko (*Trust in store*), Persepsi Resiko (*perceived risk*), Perilaku (*attitude*), Keinginan untuk membeli (*willing to buy*). Variable persepsi resiko dan perilaku menjadi mediasi kepercayaan pada toko dengan keinginan untuk membeli dikarenakan pada tingkat apapun adanya resiko dibutuhkan kepercayaan sedang tingginya kepercayaan akan menstimulasi perilaku yang muncul. Subjek yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pasca sarjana sebanyak 184 partisipan dengan metode eksperimen, yaitu subjek dikondisikan untuk membeli buku dan tiket perjalanan pada toko maya yang sudah ditentukan. Peneliti meneliti 6 variabel tersebut untuk diterapkan pada toko online yang sudah ditentukan guna meranking mana toko yang mempunyai persepsi reputasi dan ukuran yang paling besar.

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah penelitian ini tidak bertujuan untuk melihat toko-toko maya yang ada untuk diukur reputasi dan ukurannya, tapi lebih mengukur bagaimana proses yang terjadi ketika konsumen menggunakan kepercayaannya yang dimediasi oleh persepsi resiko untuk kemudian memutuskan membeli melalui internet.

4. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian oleh Ainur Rofik (2007) mengenai Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*trust*) terhadap Partisipasi Pelanggan *E-commerce*. Dalam penelitian ini peneliti mengukur satu per satu dimensi kepercayaan yaitu kebaikhatian, kemampuan dan integritas yang dikorelasikan dengan partisipasi konsumen perdagangan di internet. Subjek yang diteliti sebanyak 152 responden dari berbagai latar belakang. Hasil pada penelitian ini adalah ketiga dimensi kepercayaan memiliki pengaruh terhadap partisipasi konsumen dalam perdagangan maya. Akan tetapi variable integritas memiliki pengaruh tidak langsung yang paling besar diantara ketiga dimensi lainnya.

Perbedaan penelitian Ainur Rofik (2007) dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini mengukur dimensi kepercayaan dalam satu kesatuan, tidak dengan rincinya satu per satu. Perbedaan lain adalah variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembeli bukan partisipasi.

Menurut keempat penelitian sebelumnya diatas dinyatakan bahwa penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian tersebut. Subjek penelitiannya juga tidak sama, Sehingga bisa dikatakan jika penelitian ini memiliki keaslian penelitiain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya :

1. Terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan pada penjual dengan keputusan pembelian melalui internet dengan dimediasi persepsi resiko. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa UIN Sunan kalijaga yang memiliki kepercayaan pada penjual yang tinggi yang dimediasi persepsi resiko akan memiliki intensitas keputusan pembelian melalui internet yang tinggi pula. Begitu juga sebaliknya, mahasiswa yang memiliki tingkat kepercayaan pada penjual yang rendah yang dimediasi persepsi resiko akan memiliki intensitas keputusan pembelian melalui internet yang rendah pula.
2. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh langsung variabel mediator yaitu persepsi resiko pada hubungan antara kepercayaan pada penjual dan keputusan pembelian melalui internet dengan koefisien regresi pengaruh langsung mediator $c' = -0,025$. Pengaruh ini membuat hubungan antara kepercayaan pada penjual dan keputusan pembelian melalui internet menurun dan menjadi tidak signifikan ketika dikontrol pengaruhnya.
3. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pada penelitian ini pembeli melalui internet lebih banyak didominasi oleh perempuan dibanding dengan laki-laki walaupun ia lebih sering melakukan pembelian. Perempuan hanya melakukan pembelian melalui internet dengan frekuensi yang lebih kecil dibanding laki-laki.

B. Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka saran-saran yang diajukan adalah:

1. Bagi pelaku pembelanja melalui internet

Bagi para pelaku pembelanja melalui internet (*online*) perlu dipertimbangkan adanya resiko yang didapatkan ketika melakukan pembelanjaan melalui internet yaitu dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai produk, penjual, dan cara bertransaksinya sehingga akan didapatkan kepercayaan yang tinggi untuk bisa dengan tepat melakukan keputusan pembelian melalui internet. Sehingga tidak akan terjadi hal-hal yang dapat merugikan pembeli.

2. Bagi pelaku bisnis melalui internet

Hendaknya memberikan informasi yang sejelas-jelasnya dan seakurat mungkin bagi pembelinya sehingga akan tercipta kepercayaan yang bisa meningkatkan intensitas pembelian melalui internet dan menurunkan persepsi akan resiko yang dimiliki pembeli ketika akan melakukan keputusan pembelian melalui internet.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti keputusan pembelian melalui internet hendaknya dilakukan kajian lebih mendalam mengenai proses pembelian melalui internet sehingga didapatkan aspek-aspek yang lebih spesifik mengenai keputusan pembelian melalui internet dan indikator yang lebih kuat untuk dapat menyusun alat ukur yang lebih reliabel. Saran lain adalah untuk lebih menspesifikasikan subjek penelitian seperti misalnya pembatasan subjek yang sudah

pernah melakukan pembelian melalui internet lebih dari 3 kali, atau orang yang menggunakan salah satu situs jual-beli *online* seperti kaskus, berniaga.com, atau yang hanya melalui jejaring sosial seperti *facebook* sehingga mungkin akan didapatkan tingkat kepercayaan dan persepsi resiko yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-dalahmeh, M & Saleh, A. S. *Psychological Factors Affecting The Consumer's Intention To Use Ecommerce: A Theoretical Approach*
- Antarwiyati. P., Nurhakim. A.L., Kusuma, H. Determinan Electronic Loyalty (E-Loyalty) Pada Website. *Fakultas Ekonomi UII*
- Azwar, S. (2006). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____. (2009). *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____. (2009). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baron, R & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology. The American Psychological Association, Inc. Vol. 51, No. 6, 1173-1182*
- Berkowitz, H & Kerin, R. (2000). *Marketing*, (6th ed). USA: McGrawhill
- Engel, J.F, Blackwell, & Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid II. Jakarta :Binaputra
- Gefan, D., Rao, V. S., Tractnksy, & Noam. (2002). The Conceptualization of Trust, Risk, and Their Relationship in Electronic Commerce : The Need for Clarifications. *Proceedings of the 36th Hawaii Conference on System Science*
- Hadi, S . (2000). *Statistik Jilid II*. Yogyakarta : Andi Offset
- Jarvenpaa, S.L., Tractinsky, N., Saarinen, L. (1999). Consumer trust in an internet store: a crosscultural validation. *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Kim, D., Ferrin, D., Rao, R. (2003). Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce. *Proceedings of the Americas Conference on Information Systems. Paper 21*.
- Kim. D. J, Ferrin. D. L, Rao. H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems 44, vol :544-564*
- Ko, H., dkk. (2004). Cross-Cultural Differences In Perceived Risk Of Online Shopping. *Journal of Interactive Advertising, Vol 4 No 2*
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, The Millenium Edition*. USA : Prentice Hall International.Inc
- Kotler, P & Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.

- Lui, K. L & Jamieson, R . Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model. *School of Information Systems, Technology and Management The University of New South Wales, Sydney, NSW 2052, Australia*
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol.58 July 1994
- Pavlou, P. A & Gefan, D. (2004). Building Effective Online Marketplaces with Institution-Based Trust. *Information Systems Research*. Vol. 15, No. 1
- Ratnasingam, P; Pavlou. P. A; Tan Y.H. (2002). The Importance of Technology Trust for B2B Electronic Commerce. *15th Bled Electronic Commerce Conference eReality: Constructing the eEconomy*. Bled, Slovenia, June 17 – 19
- Ridings, C. M., Gefan, D., & Arinze, B. (2002). Some Antecedents and Effects of Trust in Virtual communities. *Journal of Strategic Information Systems vol: 11*. 271-295
- Rofiq, A. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (trust) terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce*. Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Tidak Diterbitkan.
- Samadi, M., & Nejadi Y. A. (2009). A Survey of the Effect of Consumers' Perceived Risk on Purchase Intention in E-Shopping. *Business Intelligence Journal*
- Schiffman , L. G & Lazar, K. (2000). *Costumer behavior*. Internasional Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- . (2004). *Consumer Behavior International Edition (8th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Solomon, M.R. (1996). *Consumer Behavior*, 3rd ed. USA: Prentice Hall International
- Stanton, Wiliam. J., (1991). *Fundamentals of Marketing*. (9th Ed). New York : Mc Graw-Hill International Book Company
- Suhari, Y. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIII, No.2, Juli 2008 : 140-146
- Suseno, M. (2010). *Statistik (Pedoman Praktikum)*. Laboratorium UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tidak Diterbitkan
- Swastha, B & Irawan (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Swasta, B & Handoko, T. H. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFEE.

- Utoyo, D. B., 2003. *Darkside of the Warnet*. <http://free.vlsm.org/v17/com/ictwatch/>
- Wang, P. A. (2011). Uncertainties of Online Phishing Risks and Consumer Decision Making in B2C E-Commerce. *Proceedings of the World Congress on Engineering 2011 Vol I WCE 2011*, London, U.K.
- Wallace, P . (1999). *The Psychology of Internet*. United Kingdom : Cambridge Press
- Whitley, JR. B. E. (2001). *Principles of Research in Behavioral Science* (2nd ed.). New York: McGraw Hill Company

Sumber

- www.internetworldstats.com/stats3.htm. (Diunduh 31 Januari 2012)
- www.vivanews.com/budayabelanjaonlinemulaitumbuh.htm. Artikel Rabu, 14 Juli 2010 (Diunduh 2 Februari 2012)
- [www.anneahira.com/tren belanja online diindonesia semakin menggairahkan](http://www.anneahira.com/tren_belanja_online_diindonesia_semakin_menggairahkan) (diunduh tanggal 3 Februari 2012)
- www.detikInet.com./orangindonesiamulaiseringbelanjaonline.htm. Artikel 13 Desember 2010 (Diunduh tanggal 3 Februari 2012)
- [www.iptek.net/SurveyEIU“E-commercebusinessreadiness”2000-2004tempatkan Indonesiadiperingkat38.htm](http://www.iptek.net/SurveyEIU%E-commercebusinessreadiness%2000-2004tempatkanIndonesiadiperingkat38.htm) (Diunduh 3 Februari 2012).

A. Data Tryout

DataTry out skala Keputusan Pembelian Melalui Internet

sub/ aitem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	SU M	
1	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	3	1	3	4	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	4	4	3	3	93
2	3	3	4	2	2	3	3	1	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	4	3	3	100	
3	3	3	1	2	2	3	3	3	2	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	2	83	
4	4	1	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	112
5	3	3	4	2	3	2	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	4	2	3	3	4	4	2	1	4	2	2	3	3	3	3	2	93	
6	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	1	3	4	1	2	4	4	3	3	97	
7	3	3	3	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	2	4	3	93
8	4	3	4	2	1	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	1	4	2	2	2	4	3	3	3	91	
9	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	89	
10	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	3	83	
11	3	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	2	4	4	3	4	98	
12	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	91	
13	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	1	2	3	4	3	3	98	
14	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	89	
15	4	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	1	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	95	
16	3	3	3	2	1	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	1	4	2	1	3	4	3	3	3	95	
17	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	88	
18	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	96	
19	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	93	
20	3	3	4	1	3	3	4	2	4	3	4	2	3	3	2	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	4	3	4	2	99	
21	3	4	3	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	2	2	4	4	1	3	3	3	3	2	2	4	2	2	3	3	2	3	2	81	
22	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	2	4	3	3	3	4	3	4	4	96	

23	3	2	4	3	2	4	4	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	107
24	4	3	4	2	1	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	1	4	2	2	2	3	3	3	3	91
25	3	2	3	2	1	4	3	1	2	4	3	2	3	4	1	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	1	4	3	1	4	90
26	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	4	112
27	3	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	1	4	3	4	4	107
28	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	4	3	85
29	3	2	2	2	1	2	3	1	4	3	2	2	3	3	1	4	3	3	4	3	4	4	3	1	4	3	3	2	4	3	4	4	90
30	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	87
31	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	4	3	2	4	3	2	2	2	3	2	3	3	88
32	3	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	2	1	2	3	2	4	79
33	2	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	1	4	2	4	2	4	2	3	3	98
34	4	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	3	4	2	4	2	3	3	2	1	3	3	2	2	2	79
35	3	2	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	2	3	96
36	4	3	3	2	2	2	4	3	1	3	4	1	3	2	2	4	3	1	4	3	4	3	2	1	3	4	2	3	3	2	3	2	86
37	2	2	1	3	2	3	3	1	1	2	4	3	2	3	1	2	2	2	4	2	2	2	2	3	3	1	3	2	3	1	2	4	73
38	3	3	3	3	1	2	2	2	1	4	1	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	3	1	1	2	2	2	2	73
39	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	1	4	2	3	3	4	3	4	3	103
40	3	3	2	1	1	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	2	3	2	75
41	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	106
42	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	111

Data Try out skala Kepercayaan pada Penjual

S/A	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	SUM			
1	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100	
2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	111
3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	95	
4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	2	1	4	4	4	3	3	2	121		
5	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
6	3	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	104	
8	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	1	3	3	3	99		
9	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103	
10	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	95		
11	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	113	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
13	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	95		
14	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	97	
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	107	
16	2	2	2	4	3	3	4	2	2	4	4	2	2	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	1	2	94		
17	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	99		
18	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	85	
19	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	100		
20	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	99	
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	99	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	104		
23	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	118		
24	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	3	3	3	90		
25	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	102		

26	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	94	
27	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	120			
28	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	91		
29	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	109		
30	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	101	
31	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	100	
32	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	100	
33	2	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	107
34	3	3	2	3	2	4	2	4	1	3	1	1	4	3	1	1	2	2	2	2	1	2	3	3	1	2	3	3	3	3	4	1	1	2	3	81
35	3	2	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	113	
36	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3	3	2	3	3	4	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	92	
37	4	3	4	3	3	3	2	2	4	2	4	3	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	4	3	2	94
38	1	2	1	2	2	2	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	1	2	2	2	2	3	1	2	2	77
39	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	90
40	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	100
41	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	110
42	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	113

Data Try out skala Persepsi Resiko

sub/aitem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	sum
1	2	4	3	4	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	2	4	53
2	1	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	42
3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	50
4	1	3	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	29
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	45
6	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	2	48
7	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	44
8	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2	3	3	4	2	3	51
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	44
10	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	2	47
11	1	4	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	4	1	4	37
12	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	44
13	2	1	4	3	2	3	4	4	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	56
14	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	46
15	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	47
16	4	2	3	4	2	3	1	3	2	4	2	4	2	2	3	4	4	2	3	2	56
17	1	3	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	1	1	3	2	2	3	2	4	44
18	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	52
19	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2	4	4	1	2	2	2	3	2	2	3	45
20	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	44
21	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	54
22	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	43
23	2	3	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	40
24	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2	4	50
25	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	1	1	3	2	2	2	2	3	38
26	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	45

27	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	1	2	2	1	1	1	40
28	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	1	3	2	43
29	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	43
30	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	45	
31	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	45
32	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	47
33	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	46
34	3	3	3	2	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	1	2	1	3	3	52
35	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	44
36	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	48
37	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	49
38	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	1	3	3	2	2	52
39	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	47
40	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	51
41	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
42	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	63

B. DATA PENELITIAN

Data Penelitian Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet

sub/aitm	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	sum
1	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	36
2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	32
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
6	1	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	31
7	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
8	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	40
9	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	1	30
10	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2	33
11	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
12	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	33
13	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	37
14	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	30
15	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	36
16	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	41
17	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	29
18	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	29
19	2	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	36
20	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	38
21	2	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	34
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
23	2	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	38
24	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	36
25	3	2	3	3	2	4	1	4	3	3	3	31
26	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	2	34
27	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	35
28	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	32
29	2	4	1	3	3	3	3	4	4	3	4	34
30	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	39
31	2	4	4	4	3	4	4	1	4	2	3	35
32	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	33
33	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	33
34	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	22
35	2	1	3	1	2	3	3	1	2	2	2	22
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33

37	1	1	3	3	1	2	2	3	3	2	2	23
38	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	30
39	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	35
40	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	29
41	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	1	26
42	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	36
43	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	41
44	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	39
45	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	38
46	2	3	4	4	3	3	3	2	4	2	2	32
47	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
48	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
49	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	32
50	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	27
51	2	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	33
52	1	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	37
53	2	2	4	3	2	2	2	3	2	4	2	28
54	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	30
55	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	26
56	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	39
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	34
58	2	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	34
59	2	3	3	4	2	3	2	3	4	2	3	31
60	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	14
61	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	39
62	2	3	1	3	2	1	1	4	2	3	1	23
63	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	40
64	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	33
65	1	2	3	3	3	3	3	1	3	1	2	25
66	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	34
67	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	28
68	2	2	1	1	3	1	3	2	1	2	2	20
69	1	3	3	2	3	3	1	4	2	2	2	26
70	2	3	4	3	3	2	2	3	2	1	2	27
71	2	2	4	3	2	2	2	3	2	3	3	28
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
73	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	38
74	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	40
75	2	3	2	4	3	4	2	2	4	3	4	33
76	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	42

Data Penelitian Skala Kepercayaan pada Penjual

Sub/aitem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	sum
1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	35
2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	28
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
4	2	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	28
5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	41
6	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	44
7	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	40
8	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	32
9	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	34
10	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	41
11	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	35
12	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	34
13	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	35
14	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	34
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
16	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	41
17	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	29
18	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	33
19	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
20	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	41
21	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	33
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
24	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	31
25	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	31
26	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	41
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
28	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	30
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
31	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35
32	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	34
33	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	31
34	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	28
35	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	26
36	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	30
37	2	1	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	29

38	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	38
39	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	34
40	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	34
41	2	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2	3	30
42	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	34
43	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	40
44	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	38
45	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
46	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
47	4	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	2	32
48	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	30
49	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	26
50	4	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	32
51	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	27
52	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	35
53	2	3	3	4	2	3	3	4	3	2	2	4	35
54	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	31
55	4	4	4	1	2	1	2	2	3	3	1	3	30
56	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	33
57	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	35
58	2	3	3	3	4	2	2	2	3	4	2	1	31
59	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	32
60	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	19
61	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	32
62	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	27
63	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
64	3	2	2	2	3	2	1	2	2	3	3	2	27
65	2	1	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	31
66	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	35
67	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	31
68	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	24
69	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	1	27
70	2	2	2	3	2	2	2	1	3	3	2	2	26
71	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	4	34
72	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	42
73	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	39
74	4	2	3	3	4	3	1	2	3	4	3	3	35
75	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	33
76	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	40

Data Penelitian Skala Persepsi Resiko

Sub/aitem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	sum
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	25
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	26
5	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	19
6	1	2	2	3	3	2	2	2	2	1	1	21
7	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	22
8	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	27
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
10	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	21
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
12	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	23
13	2	1	2	2	3	2	2	2	3	1	1	21
14	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	24
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
16	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	19
17	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	25
18	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	23
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
20	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	18
21	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	24
22	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	24
23	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	24
24	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	26
25	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	33
26	1	1	1	2	4	1	1	1	4	1	1	18
27	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	23
28	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	26
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
30	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	21
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	20
32	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	21
33	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	28
34	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	29
35	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	29
36	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	24
37	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	26

38	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	24
39	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	28
40	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	26
41	1	2	2	3	1	1	1	2	3	1	2	19
42	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	28
43	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	18
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
45	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	23
46	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	23
47	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	22
48	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	27
49	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	27
50	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	25
51	2	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4	35
52	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	29
53	1	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	27
54	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	23
55	3	3	4	4	4	3	2	4	2	2	1	32
56	2	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	26
57	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	22
58	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	29
59	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
60	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
61	2	3	3	2	4	3	1	2	3	2	1	26
62	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	29
63	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	26
64	1	2	2	2	3	4	3	3	2	4	4	30
65	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	25
66	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	24
67	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	29
68	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
69	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	28
70	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	30
71	1	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	27
72	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	16
73	1	2	2	2	2	1	2	2	3	1	1	19
74	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	29
75	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	21
76	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	21

C. VALIDITAS KONSTRAK

Validitas Konstrak Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006
VAR00001	Pearson Correlation	1	.171	.165	.023	.099	-.018
	Sig. (2-tailed)		.279	.295	.885	.534	.911
	Sum of Squares and Cross-products	13.619	2.667	3.333	.381	2.143	-.286
	Covariance	.332	.065	.081	.009	.052	-.007
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	.171	1	.224	-.220	.242	.137
	Sig. (2-tailed)	.279		.154	.162	.123	.388
	Sum of Squares and Cross-products	2.667	17.833	5.167	-4.167	6.000	2.500
	Covariance	.065	.435	.126	-.102	.146	.061
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.165	.224	1	.293	.218	.190
	Sig. (2-tailed)	.295	.154		.060	.166	.228
	Sum of Squares and Cross-products	3.333	5.167	29.833	7.167	7.000	4.500
	Covariance	.081	.126	.728	.175	.171	.110
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.023	-.220	.293	1	.184	.040
	Sig. (2-tailed)	.885	.162	.060		.243	.799
	Sum of Squares and Cross-products	.381	-4.167	7.167	20.119	4.857	.786
	Covariance	.009	-.102	.175	.491	.118	.019
	N	42	42	42	42	42	42

		VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012
VAR00001	Pearson Correlation	.266	.230	.069	.239	-.035	-.105
	Sig. (2-tailed)	.088	.143	.665	.128	.828	.510
	Sum of Squares and Cross-products	3.048	4.952	1.524	4.952	-.476	-2.048
	Covariance	.074	.121	.037	.121	-.012	-.050
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	-.178	.236	-.026	-.112	-.169	-.275
	Sig. (2-tailed)	.259	.132	.868	.479	.284	.078
	Sum of Squares and Cross-products	-2.333	5.833	-.667	-2.667	-2.667	-6.167
	Covariance	-.057	.142	-.016	-.065	-.065	-.150
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.374 [*]	.068	.418 ^{**}	.282	.131	.109
	Sig. (2-tailed)	.015	.669	.006	.070	.409	.491
	Sum of Squares and Cross-products	6.333	2.167	13.667	8.667	2.667	3.167
	Covariance	.154	.053	.333	.211	.065	.077
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.356 [*]	.135	-.057	.398 ^{**}	.208	.401 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021	.393	.721	.009	.187	.008
	Sum of Squares and Cross-products	4.952	3.548	-1.524	10.048	3.476	9.548
	Covariance	.121	.087	-.037	.245	.085	.233
	N	42	42	42	42	42	42

		VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018
VAR00001	Pearson Correlation	.143	.019	.380 [*]	.285	.203	-.030
	Sig. (2-tailed)	.367	.905	.013	.068	.196	.850
	Sum of Squares and Cross-products	2.286	.286	8.000	4.190	2.905	-.476
	Covariance	.056	.007	.195	.102	.071	-.012
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	-.027	-.029	.187	-.020	.133	-.230
	Sig. (2-tailed)	.864	.856	.236	.901	.403	.143
	Sum of Squares and Cross-products	-.500	-.500	4.500	-.333	2.167	-4.167
	Covariance	-.012	-.012	.110	-.008	.053	-.102
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.570 ^{**}	.380 [*]	.337 [*]	.428 ^{**}	.560 ^{**}	.306 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.029	.005	.000	.049
	Sum of Squares and Cross-products	13.500	8.500	10.500	9.333	11.833	7.167
	Covariance	.329	.207	.256	.228	.289	.175
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.217	.556 ^{**}	.176	.101	.150	.415 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.168	.000	.265	.524	.345	.006
	Sum of Squares and Cross-products	4.214	10.214	4.500	1.810	2.595	7.976
	Covariance	.103	.249	.110	.044	.063	.195
	N	42	42	42	42	42	42

		VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024
VAR00001	Pearson Correlation	-.208	.068	.174	.444**	-.012	.159
	Sig. (2-tailed)	.186	.669	.272	.003	.942	.314
	Sum of Squares and Cross-products	-3.286	.810	2.667	5.905	-.190	3.857
	Covariance	-.080	.020	.065	.144	-.005	.094
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	-.166	-.232	-.038	-.121	-.142	-.198
	Sig. (2-tailed)	.293	.138	.812	.447	.371	.208
	Sum of Squares and Cross-products	-3.000	-3.167	-.667	-1.833	-2.667	-5.500
	Covariance	-.073	-.077	-.016	-.045	-.065	-.134
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.000	.236	.557**	.296	.315*	-.181
	Sig. (2-tailed)	1.000	.132	.000	.057	.042	.250
	Sum of Squares and Cross-products	.000	4.167	12.667	5.833	7.667	-6.500
	Covariance	.000	.102	.309	.142	.187	-.159
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	-.194	.186	.286	.161	.409**	.022
	Sig. (2-tailed)	.219	.238	.067	.310	.007	.891
	Sum of Squares and Cross-products	-3.714	2.690	5.333	2.595	8.190	.643
	Covariance	-.091	.066	.130	.063	.200	.016
	N	42	42	42	42	42	42

		VAR00025	VAR00026	VAR00027	VAR00028	VAR00029	VAR00030
VAR00001	Pearson Correlation	.140	.266	.044	.169	-.007	.168
	Sig. (2-tailed)	.376	.088	.784	.286	.967	.287
	Sum of Squares and Cross-products	2.190	4.619	1.000	2.857	-.095	3.190
	Covariance	.053	.113	.024	.070	-.002	.078
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	-.019	-.193	-.057	.129	-.173	-.131
	Sig. (2-tailed)	.907	.221	.719	.416	.272	.410
	Sum of Squares and Cross-products	-.333	-3.833	-1.500	2.500	-2.833	-2.833
	Covariance	-.008	-.093	-.037	.061	-.069	-.069
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.274	.266	.221	.060	.465**	.350*
	Sig. (2-tailed)	.079	.089	.159	.707	.002	.023
	Sum of Squares and Cross-products	6.333	6.833	7.500	1.500	9.833	9.833
	Covariance	.154	.167	.183	.037	.240	.240
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.043	.184	.521**	.080	.150	.057
	Sig. (2-tailed)	.789	.244	.000	.615	.345	.721
	Sum of Squares and Cross-products	.810	3.881	14.500	1.643	2.595	1.310
	Covariance	.020	.095	.354	.040	.063	.032
	N	42	42	42	42	42	42

		VAR00031	VAR00032	Skor Total
VAR00001	Pearson Correlation	.055	.032	.269
	Sig. (2-tailed)	.728	.841	.085
	Sum of Squares and Cross-products	1.000	.524	93.048
	Covariance	.024	.013	2.269
	N	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	.387 [*]	-.248	.012
	Sig. (2-tailed)	.011	.114	.941
	Sum of Squares and Cross-products	8.000	-4.667	4.667
	Covariance	.195	-.114	.114
	N	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.224	.068	.194
	Sig. (2-tailed)	.153	.667	.218
	Sum of Squares and Cross-products	6.000	1.667	99.333
	Covariance	.146	.041	2.423
	N	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.000	.374 [*]	.417 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	1.000	.015	.006
	Sum of Squares and Cross-products	.000	7.476	174.952
	Covariance	.000	.182	4.267
	N	42	42	42

VAR00005	Pearson Correlation	.099	.242	.218	.184	1	.308 [*]
	Sig. (2-tailed)	.534	.123	.166	.243		.047
	Sum of Squares and Cross-products	2.143	6.000	7.000	4.857	34.571	7.857
	Covariance	.052	.146	.171	.118	.843	.192
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00006	Pearson Correlation	-.018	.137	.190	.040	.308 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.911	.388	.228	.799	.047	
	Sum of Squares and Cross-products	-.286	2.500	4.500	.786	7.857	18.786
	Covariance	-.007	.061	.110	.019	.192	.458
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00007	Pearson Correlation	.266	-.178	.374 [*]	.356 [*]	.212	.170
	Sig. (2-tailed)	.088	.259	.015	.021	.179	.282
	Sum of Squares and Cross-products	3.048	-2.333	6.333	4.952	3.857	2.286
	Covariance	.074	-.057	.154	.121	.094	.056
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00008	Pearson Correlation	.230	.236	.068	.135	.557 ^{**}	.206
	Sig. (2-tailed)	.143	.132	.669	.393	.000	.191
	Sum of Squares and Cross-products	4.952	5.833	2.167	3.548	19.143	5.214
	Covariance	.121	.142	.053	.087	.467	.127
	N	42	42	42	42	42	42

.212	.557**	-.073	.065	.156	-.156	.241	.089	.358*
.179	.000	.646	.683	.323	.325	.124	.575	.020
3.857	19.143	-2.571	2.143	3.429	-4.857	6.143	2.143	12.000
.094	.467	-.063	.052	.084	-.118	.150	.052	.293
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.170	.206	.121	.275	.133	.140	.011	.350*	.061
.282	.191	.445	.077	.403	.377	.943	.023	.703
2.286	5.214	3.143	6.714	2.143	3.214	.214	6.214	1.500
.056	.127	.077	.164	.052	.078	.005	.152	.037
42	42	42	42	42	42	42	42	42
1	.021	.205	.309*	.675**	.145	.128	.292	.170
	.895	.193	.047	.000	.360	.421	.060	.283
9.619	.381	3.810	5.381	7.810	2.381	1.714	3.714	3.000
.235	.009	.093	.131	.190	.058	.042	.091	.073
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.021	1	-.223	.080	.009	-.254	-.048	.200	.375*
.895		.156	.616	.956	.104	.763	.204	.014
.381	34.119	-7.810	2.619	.190	-7.881	-1.214	4.786	12.500
.009	.832	-.190	.064	.005	-.192	-.030	.117	.305
42	42	42	42	42	42	42	42	42

-110	.188	-.142	-.244	.030	.163	.250	.174	-.041
.489	.232	.371	.119	.850	.301	.111	.270	.798
-2.571	4.286	-3.571	-6.143	.571	4.000	5.286	4.571	-1.571
-.063	.105	-.087	-.150	.014	.098	.129	.111	-.038
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.008	.115	.303	-.039	-.046	.055	.059	.148	-.013
.959	.468	.051	.809	.772	.727	.708	.350	.937
.143	1.929	5.643	-.714	-.643	1.000	.929	2.857	-.357
.003	.047	.138	-.017	-.016	.024	.023	.070	-.009
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.443**	.397**	.211	.022	.152	.516**	.516**	.327*	.056
.003	.009	.179	.892	.336	.000	.000	.035	.724
5.476	4.762	2.810	.286	1.524	6.667	5.762	4.524	1.143
.134	.116	.069	.007	.037	.163	.141	.110	.028
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.192	.033	-.092	-.292	-.001	.055	.083	.210	-.069
.223	.837	.562	.061	.994	.730	.603	.182	.664
-4.476	.738	-2.310	-7.286	-.024	1.333	1.738	5.476	-2.643
-.109	.018	-.056	-.178	.000	.033	.042	.134	-.064
42	42	42	42	42	42	42	42	42

-0.023	.186	.247	-0.021	-0.031	.246	.417**	.131	.189
.885	.238	.115	.894	.844	.117	.006	.409	.231
-5.71	5.143	9.000	-5.71	-7.14	7.429	12.000	3.429	103.857
-0.014	.125	.220	-0.014	-0.017	.181	.293	.084	2.533
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.117	.011	.019	-.219	.234	.298	.283	.421**	.250
.461	.947	.907	.163	.135	.055	.070	.005	.111
2.143	.214	.500	-4.357	3.929	6.643	6.000	8.143	101.286
.052	.005	.012	-.106	.096	.162	.146	.199	2.470
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.417**	.346*	.364*	.221	.397**	.218	.329*	.131	.402**
.006	.025	.018	.160	.009	.165	.033	.409	.008
5.476	5.048	7.000	3.143	4.762	3.476	5.000	1.810	116.619
.134	.123	.171	.077	.116	.085	.122	.044	2.844
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.262	.235	.262	-.136	-.056	.234	.315*	.046	.180
.094	.134	.094	.391	.725	.136	.043	.774	.254
-6.476	6.452	9.500	-3.643	-1.262	7.024	9.000	1.190	98.381
-.158	.157	.232	-.089	-.031	.171	.220	.029	2.400
42	42	42	42	42	42	42	42	42
**				*		**		

VAR00009	Pearson Correlation	.069	-.026	.418**	-.057	-.073	.121
	Sig. (2-tailed)	.665	.868	.006	.721	.646	.445
	Sum of Squares and Cross-products	1.524	-.667	13.667	-1.524	-2.571	3.143
	Covariance	.037	-.016	.333	-.037	-.063	.077
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00010	Pearson Correlation	.239	-.112	.282	.398**	.065	.275
	Sig. (2-tailed)	.128	.479	.070	.009	.683	.077
	Sum of Squares and Cross-products	4.952	-2.667	8.667	10.048	2.143	6.714
	Covariance	.121	-.065	.211	.245	.052	.164
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00011	Pearson Correlation	-.035	-.169	.131	.208	.156	.133
	Sig. (2-tailed)	.828	.284	.409	.187	.323	.403
	Sum of Squares and Cross-products	-.476	-2.667	2.667	3.476	3.429	2.143
	Covariance	-.012	-.065	.065	.085	.084	.052
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00012	Pearson Correlation	-.105	-.275	.109	.401**	-.156	.140
	Sig. (2-tailed)	.510	.078	.491	.008	.325	.377
	Sum of Squares and Cross-products	-2.048	-6.167	3.167	9.548	-4.857	3.214
	Covariance	-.050	-.150	.077	.233	-.118	.078
	N	42	42	42	42	42	42

- .223	1	.006	.085	.415**	.303	.076	.293	.345*
.156		.972	.591	.006	.051	.634	.060	.025
-7.810	35.905	.190	1.905	13.190	7.857	1.857	10.000	8.238
-.190	.876	.005	.046	.322	.192	.045	.244	.201
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.080	.006	1	.057	.356*	.258	.490**	.281	.291
.616	.972		.721	.021	.099	.001	.072	.062
2.619	.190	31.619	1.190	10.619	6.286	11.286	9.000	6.524
.064	.005	.771	.029	.259	.153	.275	.220	.159
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.009	.085	.057	1	.111	-.071	.056	.047	.083
.956	.591	.721		.485	.656	.724	.767	.600
.190	1.905	1.190	13.905	2.190	-1.143	.857	1.000	1.238
.005	.046	.029	.339	.053	-.028	.021	.024	.030
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.254	.415**	.356*	.111	1	.078	.174	.248	.214
.104	.006	.021	.485		.625	.270	.113	.174
-7.881	13.190	10.619	2.190	28.119	1.786	3.786	7.500	4.524
-.192	.322	.259	.053	.686	.044	.092	.183	.110
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.448**	.424**	.201	.195	.294	.527**	.066	-.011	.483**
.003	.005	.202	.217	.059	.000	.678	.945	.001
10.381	10.905	5.143	3.762	7.333	11.381	1.762	-.429	12.238
.253	.266	.125	.092	.179	.278	.043	-.010	.298
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.241	.381*	-.137	-.139	.185	.012	.378*	-.058	-.020
.125	.013	.388	.379	.241	.941	.014	.715	.900
5.238	9.190	-3.286	-2.524	4.333	.238	9.476	-2.143	-.476
.128	.224	-.080	-.062	.106	.006	.231	-.052	-.012
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.096	.119	.134	-.020	.150	.252	-.014	.146	.395**
.547	.453	.396	.901	.342	.108	.928	.356	.010
1.381	1.905	2.143	-.238	2.333	3.381	-.238	3.571	6.238
.034	.046	.052	-.006	.057	.082	-.006	.087	.152
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.182	.558**	-.233	.232	.106	.091	.274	.039	.202
.248	.000	.137	.138	.505	.567	.079	.806	.200
3.738	12.690	-5.286	3.976	2.333	1.738	6.476	1.357	4.524
.091	.310	-.129	.097	.057	.042	.158	.033	.110
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.161	.134	.275	.318*	.397**	.273	.146	.189
.310	.396	.078	.040	.009	.081	.356	.232
4.524	5.000	7.571	7.381	12.238	8.000	3.905	105.810
.110	.122	.185	.180	.298	.195	.095	2.581
42	42	42	42	42	42	42	42
.528**	.115	-.199	-.035	.468**	-.073	.207	.231
.000	.470	.206	.826	.002	.648	.189	.142
13.952	4.000	-5.143	-7.62	13.524	-2.000	5.190	121.381
.340	.098	-.125	-.019	.330	-.049	.127	2.961
42	42	42	42	42	42	42	42
.144	.259	.384*	.304	.169	.164	-.006	.126
.363	.097	.012	.051	.285	.299	.971	.428
2.524	6.000	6.571	4.381	3.238	3.000	-.095	43.810
.062	.146	.160	.107	.079	.073	-.002	1.069
42	42	42	42	42	42	42	42
.179	.106	.179	.036	.184	-.154	.135	.279
.258	.503	.257	.821	.242	.330	.394	.074
4.452	3.500	4.357	.738	5.024	-4.000	3.190	138.381
.109	.085	.106	.018	.123	-.098	.078	3.375
42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00013	Pearson Correlation	.143	-.027	.570**	.217	.241	.011
	Sig. (2-tailed)	.367	.864	.000	.168	.124	.943
	Sum of Squares and Cross-products	2.286	-.500	13.500	4.214	6.143	.214
	Covariance	.056	-.012	.329	.103	.150	.005
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00014	Pearson Correlation	.019	-.029	.380*	.556**	.089	.350*
	Sig. (2-tailed)	.905	.856	.013	.000	.575	.023
	Sum of Squares and Cross-products	.286	-.500	8.500	10.214	2.143	6.214
	Covariance	.007	-.012	.207	.249	.052	.152
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00015	Pearson Correlation	.380*	.187	.337*	.176	.358*	.061
	Sig. (2-tailed)	.013	.236	.029	.265	.020	.703
	Sum of Squares and Cross-products	8.000	4.500	10.500	4.500	12.000	1.500
	Covariance	.195	.110	.256	.110	.293	.037
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00016	Pearson Correlation	.285	-.020	.428**	.101	-.110	.008
	Sig. (2-tailed)	.068	.901	.005	.524	.489	.959
	Sum of Squares and Cross-products	4.190	-.333	9.333	1.810	-2.571	.143
	Covariance	.102	-.008	.228	.044	-.063	.003
	N	42	42	42	42	42	42

.128	-.048	.303	.258	-.071	.078	1	.213	.223
.421	.763	.051	.099	.656	.625		.175	.157
1.714	-1.214	7.857	6.286	-1.143	1.786	18.786	3.786	5.500
.042	-.030	.192	.153	-.028	.044	.458	.092	.134
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.292	.200	.076	.490**	.056	.174	.213	1	.235
.060	.204	.634	.001	.724	.270	.175		.133
3.714	4.786	1.857	11.286	.857	3.786	3.786	16.786	5.500
.091	.117	.045	.275	.021	.092	.092	.409	.134
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.170	.375*	.293	.281	.047	.248	.223	.235	1
.283	.014	.060	.072	.767	.113	.157	.133	
3.000	12.500	10.000	9.000	1.000	7.500	5.500	5.500	32.500
.073	.305	.244	.220	.024	.183	.134	.134	.793
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.443**	-.192	.345*	.291	.083	.214	.339*	.114	.220
.003	.223	.025	.062	.600	.174	.028	.474	.162
5.476	-4.476	8.238	6.524	1.238	4.524	5.857	1.857	5.000
.134	-.109	.201	.159	.030	.110	.143	.045	.122
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.339*	.362*	.288	.092	.046	.333*	.261	.059	-.198
.028	.018	.064	.560	.772	.031	.095	.710	.208
5.857	6.071	5.357	1.714	.643	6.000	4.071	1.143	-5.643
.143	.148	.131	.042	.016	.146	.099	.028	-.138
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.114	.257	.475**	-.188	-.103	.235	.073	.500**	-.061
.474	.101	.001	.234	.518	.135	.648	.001	.701
1.857	4.071	8.357	-3.286	-1.357	4.000	1.071	9.143	-1.643
.045	.099	.204	-.080	-.033	.098	.026	.223	-.040
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.220	.385*	.225	-.246	.190	.169	.219	.315*	.013
.162	.012	.152	.116	.227	.286	.163	.042	.933
5.000	8.500	5.500	-6.000	3.500	4.000	4.500	8.000	.500
.122	.207	.134	-.146	.085	.098	.110	.195	.012
42	42	42	42	42	42	42	42	42
1	.651**	.189	-.050	.318*	.582**	.421**	.230	-.246
	.000	.230	.752	.040	.000	.006	.143	.117
15.905	10.048	3.238	-.857	4.095	9.667	6.048	4.095	-6.429
.388	.245	.079	-.021	.100	.236	.148	.100	-.157
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.210	.333 [*]	.167	-.133	.183	.330 [*]	.047	.303	.115
.181	.031	.290	.402	.246	.033	.767	.051	.468
3.857	6.786	4.500	-2.643	3.071	7.357	1.000	5.857	46.714
.094	.166	.110	-.064	.075	.179	.024	.143	1.139
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.107	.196	.374 [*]	-.141	.320 [*]	.254	.050	.375 [*]	.109
.500	.212	.015	.375	.039	.104	.754	.014	.493
1.857	3.786	9.500	-2.643	5.071	5.357	1.000	6.857	41.714
.045	.092	.232	-.064	.124	.131	.024	.167	1.017
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.249	.242	.297	.248	.023	.393 [*]	.107	.079	.174
.112	.122	.056	.113	.887	.010	.498	.621	.270
6.000	6.500	10.500	6.500	.500	11.500	3.000	2.000	93.000
.146	.159	.256	.159	.012	.280	.073	.049	2.268
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.587 ^{**}	.170	.040	.086	.327 [*]	.044	.205	.070	.438 ^{**}
.000	.281	.799	.589	.035	.781	.193	.661	.004
9.905	3.190	1.000	1.571	5.048	.905	4.000	1.238	163.476
.242	.078	.024	.038	.123	.022	.098	.030	3.987
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00017	Pearson Correlation	.203	.133	.560**	.150	.188	.115
	Sig. (2-tailed)	.196	.403	.000	.345	.232	.468
	Sum of Squares and Cross-products	2.905	2.167	11.833	2.595	4.286	1.929
	Covariance	.071	.053	.289	.063	.105	.047
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00018	Pearson Correlation	-.030	-.230	.306*	.415**	-.142	.303
	Sig. (2-tailed)	.850	.143	.049	.006	.371	.051
	Sum of Squares and Cross-products	-.476	-4.167	7.167	7.976	-3.571	5.643
	Covariance	-.012	-.102	.175	.195	-.087	.138
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00019	Pearson Correlation	-.208	-.166	.000	-.194	-.244	-.039
	Sig. (2-tailed)	.186	.293	1.000	.219	.119	.809
	Sum of Squares and Cross-products	-3.286	-3.000	.000	-3.714	-6.143	-.714
	Covariance	-.080	-.073	.000	-.091	-.150	-.017
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00020	Pearson Correlation	.068	-.232	.236	.186	.030	-.046
	Sig. (2-tailed)	.669	.138	.132	.238	.850	.772
	Sum of Squares and Cross-products	.810	-3.167	4.167	2.690	.571	-.643
	Covariance	.020	-.077	.102	.066	.014	-.016
	N	42	42	42	42	42	42

.397**	.033	.448**	.241	.096	.182	.362*	.257	.385*
.009	.837	.003	.125	.547	.248	.018	.101	.012
4.762	.738	10.381	5.238	1.381	3.738	6.071	4.071	8.500
.116	.018	.253	.128	.034	.091	.148	.099	.207
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.211	-.092	.424**	.381*	.119	.558**	.288	.475**	.225
.179	.562	.005	.013	.453	.000	.064	.001	.152
2.810	-2.310	10.905	9.190	1.905	12.690	5.357	8.357	5.500
.069	-.056	.266	.224	.046	.310	.131	.204	.134
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.022	-.292	.201	-.137	.134	-.233	.092	-.188	-.246
.892	.061	.202	.388	.396	.137	.560	.234	.116
.286	-7.286	5.143	-3.286	2.143	-5.286	1.714	-3.286	-6.000
.007	-.178	.125	-.080	.052	-.129	.042	-.080	-.146
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.152	-.001	.195	-.139	-.020	.232	.046	-.103	.190
.336	.994	.217	.379	.901	.138	.772	.518	.227
1.524	-.024	3.762	-2.524	-.238	3.976	.643	-1.357	3.500
.037	.000	.092	-.062	-.006	.097	.016	-.033	.085
42	42	42	42	42	42	42	42	42

1	.234	.086	.277	.662**	.429**	.403**	-.031	.491**
	.136	.587	.076	.000	.005	.008	.846	.001
14.976	3.881	1.429	3.452	10.667	5.976	6.952	-.786	8.048
.365	.095	.035	.084	.260	.146	.170	-.019	.196
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.234	1	-.047	.163	.299	.316*	.406**	-.033	.399**
.136		.769	.301	.055	.042	.008	.836	.009
3.881	18.405	-.857	2.262	5.333	4.881	7.762	-.929	7.238
.095	.449	-.021	.055	.130	.119	.189	-.023	.177
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.086	-.047	1	-.083	-.056	-.102	-.112	.005	-.047
.587	.769		.602	.724	.520	.479	.974	.766
1.429	-.857	18.286	-1.143	-1.000	-1.571	-2.143	.143	-.857
.035	-.021	.446	-.028	-.024	-.038	-.052	.003	-.021
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.277	.163	-.083	1	.472**	.383*	.341*	.186	.227
.076	.301	.602		.002	.012	.027	.239	.149
3.452	2.262	-1.143	10.405	6.333	4.452	4.905	3.929	3.095
.084	.055	-.028	.254	.154	.109	.120	.096	.075
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.491**	.407**	.146	.068	.399**	.329*	.158	.196	.449**
.001	.007	.357	.667	.009	.033	.317	.214	.003
8.048	7.405	3.500	1.214	5.976	6.548	3.000	3.381	162.762
.196	.181	.085	.030	.146	.160	.073	.082	3.970
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.399**	.249	.282	.054	.414**	.442**	.000	.465**	.221
.009	.112	.071	.732	.006	.003	1.000	.002	.159
7.238	5.024	7.500	1.071	6.881	9.738	.000	8.905	88.810
.177	.123	.183	.026	.168	.238	.000	.217	2.166
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.047	.085	-.151	-.044	.207	.052	-.143	.060	-.052
.766	.591	.341	.784	.188	.744	.366	.706	.745
-.857	1.714	-4.000	-.857	3.429	1.143	-3.000	1.143	-20.714
-.021	.042	-.098	-.021	.084	.028	-.073	.028	-.505
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.227	.020	.125	.198	.437**	-.024	.000	-.017	.333*
.149	.898	.431	.209	.004	.878	1.000	.917	.031
3.095	.310	2.500	2.929	5.452	-.405	.000	-.238	100.524
.075	.008	.061	.071	.133	-.010	.000	-.006	2.452
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00021	Pearson Correlation	.174	-.038	.557**	.286	.163	.055
	Sig. (2-tailed)	.272	.812	.000	.067	.301	.727
	Sum of Squares and Cross-products	2.667	-.667	12.667	5.333	4.000	1.000
	Covariance	.065	-.016	.309	.130	.098	.024
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00022	Pearson Correlation	.444**	-.121	.296	.161	.250	.059
	Sig. (2-tailed)	.003	.447	.057	.310	.111	.708
	Sum of Squares and Cross-products	5.905	-1.833	5.833	2.595	5.286	.929
	Covariance	.144	-.045	.142	.063	.129	.023
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00023	Pearson Correlation	-.012	-.142	.315*	.409**	.174	.148
	Sig. (2-tailed)	.942	.371	.042	.007	.270	.350
	Sum of Squares and Cross-products	-.190	-2.667	7.667	8.190	4.571	2.857
	Covariance	-.005	-.065	.187	.200	.111	.070
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00024	Pearson Correlation	.159	-.198	-.181	.022	-.041	-.013
	Sig. (2-tailed)	.314	.208	.250	.891	.798	.937
	Sum of Squares and Cross-products	3.857	-5.500	-6.500	.643	-1.571	-.357
	Covariance	.094	-.134	-.159	.016	-.038	-.009
	N	42	42	42	42	42	42

.516**	.055	.294	.185	.150	.106	.333*	.235	.169
.000	.730	.059	.241	.342	.505	.031	.135	.286
6.667	1.333	7.333	4.333	2.333	2.333	6.000	4.000	4.000
.163	.033	.179	.106	.057	.057	.146	.098	.098
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.516**	.083	.527**	.012	.252	.091	.261	.073	.219
.000	.603	.000	.941	.108	.567	.095	.648	.163
5.762	1.738	11.381	.238	3.381	1.738	4.071	1.071	4.500
.141	.042	.278	.006	.082	.042	.099	.026	.110
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.327*	.210	.066	.378*	-.014	.274	.059	.500**	.315*
.035	.182	.678	.014	.928	.079	.710	.001	.042
4.524	5.476	1.762	9.476	-.238	6.476	1.143	9.143	8.000
.110	.134	.043	.231	-.006	.158	.028	.223	.195
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.056	-.069	-.011	-.058	.146	.039	-.198	-.061	.013
.724	.664	.945	.715	.356	.806	.208	.701	.933
1.143	-2.643	-.429	-2.143	3.571	1.357	-5.643	-1.643	.500
.028	-.064	-.010	-.052	.087	.033	-.138	-.040	.012
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.582**	.662**	.299	-.056	.472**	1	.578**	.341*	-.073
.000	.000	.055	.724	.002		.000	.027	.645
9.667	10.667	5.333	-1.000	6.333	17.333	8.667	6.333	-2.000
.236	.260	.130	-.024	.154	.423	.211	.154	-.049
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.421**	.429**	.316*	-.102	.383*	.578**	1	.184	.051
.006	.005	.042	.520	.012	.000		.244	.747
6.048	5.976	4.881	-1.571	4.452	8.667	12.976	2.952	1.214
.148	.146	.119	-.038	.109	.211	.316	.072	.030
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.230	.403**	.406**	-.112	.341*	.341*	.184	1	.185
.143	.008	.008	.479	.027	.027	.244		.240
4.095	6.952	7.762	-2.143	4.905	6.333	2.952	19.905	5.429
.100	.170	.189	-.052	.120	.154	.072	.485	.132
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.246	-.031	-.033	.005	.186	-.073	.051	.185	1
.117	.846	.836	.974	.239	.645	.747	.240	
-6.429	-7.86	-9.29	.143	3.929	-2.000	1.214	5.429	43.071
-.157	-.019	-.023	.003	.096	-.049	.030	.132	1.051
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.492**	.340*	.271	.105	.600**	.171	.343*	.233	.558**
.001	.027	.083	.510	.000	.278	.026	.137	.000
8.667	6.667	7.000	2.000	9.667	3.667	7.000	4.333	217.667
.211	.163	.171	.049	.236	.089	.171	.106	5.309
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.659**	.201	.291	.315*	.429**	.300	.397**	.210	.500**
.000	.202	.062	.042	.005	.054	.009	.181	.001
10.048	3.405	6.500	5.214	5.976	5.548	7.000	3.381	168.762
.245	.083	.159	.127	.146	.135	.171	.082	4.116
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.058	.325*	.397**	-.126	.229	.266	-.046	.189	.324*
.715	.036	.009	.428	.145	.089	.774	.231	.036
1.095	6.810	11.000	-2.571	3.952	6.095	-1.000	3.762	135.524
.027	.166	.268	-.063	.096	.149	-.024	.092	3.305
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.087	.076	.086	.036	-.188	.002	-.249	.088	.062
.582	.631	.588	.823	.232	.989	.112	.580	.696
-2.429	2.357	3.500	1.071	-4.786	.071	-8.000	2.571	38.143
-.059	.057	.085	.026	-.117	.002	-.195	.063	.930
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00025	Pearson Correlation	.140	-.019	.274	.043	-.023	.117
	Sig. (2-tailed)	.376	.907	.079	.789	.885	.461
	Sum of Squares and Cross-products	2.190	-.333	6.333	.810	-.571	2.143
	Covariance	.053	-.008	.154	.020	-.014	.052
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00026	Pearson Correlation	.266	-.193	.266	.184	.186	.011
	Sig. (2-tailed)	.088	.221	.089	.244	.238	.947
	Sum of Squares and Cross-products	4.619	-3.833	6.833	3.881	5.143	.214
	Covariance	.113	-.093	.167	.095	.125	.005
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00027	Pearson Correlation	.044	-.057	.221	.521**	.247	.019
	Sig. (2-tailed)	.784	.719	.159	.000	.115	.907
	Sum of Squares and Cross-products	1.000	-1.500	7.500	14.500	9.000	.500
	Covariance	.024	-.037	.183	.354	.220	.012
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00028	Pearson Correlation	.169	.129	.060	.080	-.021	-.219
	Sig. (2-tailed)	.286	.416	.707	.615	.894	.163
	Sum of Squares and Cross-products	2.857	2.500	1.500	1.643	-.571	-4.357
	Covariance	.070	.061	.037	.040	-.014	-.106
	N	42	42	42	42	42	42

.417**	-.262	.483**	-.020	.395**	.202	.210	.107	.249
.006	.094	.001	.900	.010	.200	.181	.500	.112
5.476	-6.476	12.238	-.476	6.238	4.524	3.857	1.857	6.000
.134	-.158	.298	-.012	.152	.110	.094	.045	.146
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.346*	.235	.161	.528**	.144	.179	.333*	.196	.242
.025	.134	.310	.000	.363	.258	.031	.212	.122
5.048	6.452	4.524	13.952	2.524	4.452	6.786	3.786	6.500
.123	.157	.110	.340	.062	.109	.166	.092	.159
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.364*	.262	.134	.115	.259	.106	.167	.374*	.297
.018	.094	.396	.470	.097	.503	.290	.015	.056
7.000	9.500	5.000	4.000	6.000	3.500	4.500	9.500	10.500
.171	.232	.122	.098	.146	.085	.110	.232	.256
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.221	-.136	.275	-.199	.384*	.179	-.133	-.141	.248
.160	.391	.078	.206	.012	.257	.402	.375	.113
3.143	-3.643	7.571	-5.143	6.571	4.357	-2.643	-2.643	6.500
.077	-.089	.185	-.125	.160	.106	-.064	-.064	.159
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.587**	.491**	.399**	-.047	.227	.492**	.659**	.058	-.087
.000	.001	.009	.766	.149	.001	.000	.715	.582
9.905	8.048	7.238	-.857	3.095	8.667	10.048	1.095	-2.429
.242	.196	.177	-.021	.075	.211	.245	.027	-.059
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.170	.407**	.249	.085	.020	.340*	.201	.325*	.076
.281	.007	.112	.591	.898	.027	.202	.036	.631
3.190	7.405	5.024	1.714	.310	6.667	3.405	6.810	2.357
.078	.181	.123	.042	.008	.163	.083	.166	.057
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.040	.146	.282	-.151	.125	.271	.291	.397**	.086
.799	.357	.071	.341	.431	.083	.062	.009	.588
1.000	3.500	7.500	-4.000	2.500	7.000	6.500	11.000	3.500
.024	.085	.183	-.098	.061	.171	.159	.268	.085
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.086	.068	.054	-.044	.198	.105	.315*	-.126	.036
.589	.667	.732	.784	.209	.510	.042	.428	.823
1.571	1.214	1.071	-.857	2.929	2.000	5.214	-2.571	1.071
.038	.030	.026	-.021	.071	.049	.127	-.063	.026
42	42	42	42	42	42	42	42	42

1	-.041	.152	.338*	.553**	.134	.241	.277	.355*
	.798	.335	.028	.000	.399	.124	.075	.021
17.905	-.810	4.000	6.571	9.048	2.905	5.000	5.238	140.476
.437	-.020	.098	.160	.221	.071	.122	.128	3.426
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.041	1	.223	-.076	.077	.608**	.043	.168	.218
.798		.156	.632	.627	.000	.785	.288	.165
-.810	22.119	6.500	-1.643	1.405	14.690	1.000	3.524	96.048
-.020	.539	.159	-.040	.034	.358	.024	.086	2.343
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.152	.223	1	.018	.271	.204	.230	.433**	.401**
.335	.156		.912	.083	.195	.142	.004	.008
4.000	6.500	38.500	.500	6.500	6.500	7.000	12.000	233.000
.098	.159	.939	.012	.159	.159	.171	.293	5.683
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.338*	-.076	.018	1	.125	.088	.133	-.265	-.007
.028	.632	.912		.432	.580	.400	.090	.967
6.571	-1.643	.500	21.071	2.214	2.071	3.000	-5.429	-2.857
.160	-.040	.012	.514	.054	.051	.073	-.132	-.070
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00029	Pearson Correlation	-.007	-.173	.465**	.150	-.031	.234
	Sig. (2-tailed)	.967	.272	.002	.345	.844	.135
	Sum of Squares and Cross-products	-.095	-2.833	9.833	2.595	-.714	3.929
	Covariance	-.002	-.069	.240	.063	-.017	.096
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00030	Pearson Correlation	.168	-.131	.350*	.057	.246	.298
	Sig. (2-tailed)	.287	.410	.023	.721	.117	.055
	Sum of Squares and Cross-products	3.190	-2.833	9.833	1.310	7.429	6.643
	Covariance	.078	-.069	.240	.032	.181	.162
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00031	Pearson Correlation	.055	.387*	.224	.000	.417**	.283
	Sig. (2-tailed)	.728	.011	.153	1.000	.006	.070
	Sum of Squares and Cross-products	1.000	8.000	6.000	.000	12.000	6.000
	Covariance	.024	.195	.146	.000	.293	.146
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00032	Pearson Correlation	.032	-.248	.068	.374*	.131	.421**
	Sig. (2-tailed)	.841	.114	.667	.015	.409	.005
	Sum of Squares and Cross-products	.524	-4.667	1.667	7.476	3.429	8.143
	Covariance	.013	-.114	.041	.182	.084	.199
	N	42	42	42	42	42	42

.397**	-.056	.318*	-.035	.304	.036	.183	.320*	.023
.009	.725	.040	.826	.051	.821	.246	.039	.887
4.762	-1.262	7.381	-.762	4.381	.738	3.071	5.071	.500
.116	-.031	.180	-.019	.107	.018	.075	.124	.012
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.218	.234	.397**	.468**	.169	.184	.330*	.254	.393*
.165	.136	.009	.002	.285	.242	.033	.104	.010
3.476	7.024	12.238	13.524	3.238	5.024	7.357	5.357	11.500
.085	.171	.298	.330	.079	.123	.179	.131	.280
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.329*	.315*	.273	-.073	.164	-.154	.047	.050	.107
.033	.043	.081	.648	.299	.330	.767	.754	.498
5.000	9.000	8.000	-2.000	3.000	-4.000	1.000	1.000	3.000
.122	.220	.195	-.049	.073	-.098	.024	.024	.073
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.131	.046	.146	.207	-.006	.135	.303	.375*	.079
.409	.774	.356	.189	.971	.394	.051	.014	.621
1.810	1.190	3.905	5.190	-.095	3.190	5.857	6.857	2.000
.044	.029	.095	.127	-.002	.078	.143	.167	.049
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.327*	.399**	.414**	.207	.437**	.600**	.429**	.229	-.188
.035	.009	.006	.188	.004	.000	.005	.145	.232
5.048	5.976	6.881	3.429	5.452	9.667	5.976	3.952	-4.786
.123	.146	.168	.084	.133	.236	.146	.096	-.117
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.044	.329*	.442**	.052	-.024	.171	.300	.266	.002
.781	.033	.003	.744	.878	.278	.054	.089	.989
.905	6.548	9.738	1.143	-.405	3.667	5.548	6.095	.071
.022	.160	.238	.028	-.010	.089	.135	.149	.002
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.205	.158	.000	-.143	.000	.343*	.397**	-.046	-.249
.193	.317	1.000	.366	1.000	.026	.009	.774	.112
4.000	3.000	.000	-3.000	.000	7.000	7.000	-1.000	-8.000
.098	.073	.000	-.073	.000	.171	.171	-.024	-.195
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.070	.196	.465**	.060	-.017	.233	.210	.189	.088
.661	.214	.002	.706	.917	.137	.181	.231	.580
1.238	3.381	8.905	1.143	-.238	4.333	3.381	3.762	2.571
.030	.082	.217	.028	-.006	.106	.082	.092	.063
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.553**	.077	.271	.125	1	.229	.211	.312*	.220
.000	.627	.083	.432		.145	.180	.045	.161
9.048	1.405	6.500	2.214	14.976	4.548	4.000	5.381	79.762
.221	.034	.159	.054	.365	.111	.098	.131	1.945
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.134	.608**	.204	.088	.229	1	.119	.228	.013
.399	.000	.195	.580	.145		.452	.146	.933
2.905	14.690	6.500	2.071	4.548	26.405	3.000	5.238	6.476
.071	.358	.159	.051	.111	.644	.073	.128	.158
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.241	.043	.230	.133	.211	.119	1	.137	.294
.124	.785	.142	.400	.180	.452		.386	.058
5.000	1.000	7.000	3.000	4.000	3.000	24.000	3.000	135.000
.122	.024	.171	.073	.098	.073	.585	.073	3.293
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.277	.168	.433**	-.265	.312*	.228	.137	1	.447**
.075	.288	.004	.090	.045	.146	.386		.003
5.238	3.524	12.000	-5.429	5.381	5.238	3.000	19.905	186.810
.128	.086	.293	-.132	.131	.128	.073	.485	4.556
42	42	42	42	42	42	42	42	42

Skor Total	Pearson Correlation	.269	.012	.194	.417**	.189	.250	
	Sig. (2-tailed)	.085	.941	.218	.006	.231	.111	
	Sum of Squares and Cross-products	93.048	4.667	99.333	174.952	103.857	101.286	
	Covariance	2.269	.114	2.423	4.267	2.533	2.470	
	N	42	42	42	42	42	42	
.355*	.218	.401**	-.007	.220	.013	.294	.447**	1
.021	.165	.008	.967	.161	.933	.058	.003	
140.476	96.048	233.000	-2.857	79.762	6.476	135.000	186.810	8763.619
3.426	2.343	5.683	-.070	1.945	.158	3.293	4.556	213.747
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.438**	.449**	.221	-.052	.333*	.558**	.500**	.324*	.062
.004	.003	.159	.745	.031	.000	.001	.036	.696
163.476	162.762	88.810	-20.714	100.524	217.667	168.762	135.524	38.143
3.987	3.970	2.166	-.505	2.452	5.309	4.116	3.305	.930
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.402**	.180	.189	.231	.126	.279	.115	.109	.174
.008	.254	.232	.142	.428	.074	.468	.493	.270
116.619	98.381	105.810	121.381	43.810	38.381	46.714	41.714	93.000
2.844	2.400	2.581	2.961	1.069	3.375	1.139	1.017	2.268
42	42	42	42	42	42	42	42	42

Validitas Konstrak Skala Kepercayaan pada Penjual

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006
VAR00001	Pearson Correlation	1	.105	.352 [*]	.085	.205	.234
	Sig. (2-tailed)		.508	.022	.592	.193	.136
	Sum of Squares and Cross-products	16.119	1.262	6.000	1.643	2.905	2.786
	Covariance	.393	.031	.146	.040	.071	.068
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	.105	1	.393 ^{**}	.084	.396 ^{**}	.217
	Sig. (2-tailed)	.508		.010	.595	.009	.167
	Sum of Squares and Cross-products	1.262	8.976	5.000	1.214	4.190	1.929
	Covariance	.031	.219	.122	.030	.102	.047
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.352 [*]	.393 ^{**}	1	.393 [*]	.467 ^{**}	.318 [*]
	Sig. (2-tailed)	.022	.010		.010	.002	.040
	Sum of Squares and Cross-products	6.000	5.000	18.000	8.000	7.000	4.000
	Covariance	.146	.122	.439	.195	.171	.098
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.085	.084	.393 [*]	1	.135	.396 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.592	.595	.010		.395	.009
	Sum of Squares and Cross-products	1.643	1.214	8.000	23.071	2.286	5.643
	Covariance	.040	.030	.195	.563	.056	.138
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00005	Pearson Correlation	.205	.396**	.467**	.135	1	.437**
	Sig. (2-tailed)	.193	.009	.002	.395		.004
	Sum of Squares and Cross-products	2.905	4.190	7.000	2.286	12.476	4.571
	Covariance	.071	.102	.171	.056	.304	.111
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00006	Pearson Correlation	.234	.217	.318*	.396**	.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.136	.167	.040	.009	.004	
	Sum of Squares and Cross-products	2.786	1.929	4.000	5.643	4.571	8.786
	Covariance	.068	.047	.098	.138	.111	.214
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00007	Pearson Correlation	-.250	.087	.275	.385*	.201	.107
	Sig. (2-tailed)	.110	.584	.078	.012	.202	.501
	Sum of Squares and Cross-products	-4.310	1.119	5.000	7.929	3.048	1.357
	Covariance	-.105	.027	.122	.193	.074	.033
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00008	Pearson Correlation	.207	.391*	.501**	.218	.427**	.547**
	Sig. (2-tailed)	.187	.011	.001	.166	.005	.000
	Sum of Squares and Cross-products	3.524	4.952	9.000	4.429	6.381	6.857
	Covariance	.086	.121	.220	.108	.156	.167
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00009	Pearson Correlation	.059	.236	.389 [*]	.245	.267	.080
	Sig. (2-tailed)	.712	.132	.011	.117	.087	.617
	Sum of Squares and Cross-products	1.000	3.000	7.000	5.000	4.000	1.000
	Covariance	.024	.073	.171	.122	.098	.024
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00010	Pearson Correlation	-.142	.339 [*]	.116	.305 [*]	.353 [*]	-.054
	Sig. (2-tailed)	.370	.028	.463	.050	.022	.736
	Sum of Squares and Cross-products	-2.310	4.119	2.000	5.929	5.048	-.643
	Covariance	-.056	.100	.049	.145	.123	-.016
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00011	Pearson Correlation	.081	.282	.554 ^{**}	.330 [*]	.446 ^{**}	-.010
	Sig. (2-tailed)	.610	.071	.000	.033	.003	.948
	Sum of Squares and Cross-products	1.524	3.952	11.000	7.429	7.381	-.143
	Covariance	.037	.096	.268	.181	.180	-.003
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00012	Pearson Correlation	-.137	.488 ^{**}	.343 [*]	.090	.262	-.158
	Sig. (2-tailed)	.388	.001	.026	.570	.094	.318
	Sum of Squares and Cross-products	-2.262	6.024	6.000	1.786	3.810	-1.929
	Covariance	-.055	.147	.146	.044	.093	-.047
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00013	Pearson Correlation	.236	.197	.065	-.016	.145	.412**
	Sig. (2-tailed)	.133	.210	.682	.918	.359	.007
	Sum of Squares and Cross-products	3.429	2.143	1.000	-.286	1.857	4.429
	Covariance	.084	.052	.024	-.007	.045	.108
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00014	Pearson Correlation	.366*	.313*	.474**	.337*	.236	.367*
	Sig. (2-tailed)	.017	.044	.002	.029	.132	.017
	Sum of Squares and Cross-products	5.119	3.262	7.000	5.643	2.905	3.786
	Covariance	.125	.080	.171	.138	.071	.092
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00015	Pearson Correlation	-.007	.301	.267	.312*	.279	.055
	Sig. (2-tailed)	.966	.052	.087	.045	.074	.731
	Sum of Squares and Cross-products	-.095	3.190	4.000	5.286	3.476	.571
	Covariance	-.002	.078	.098	.129	.085	.014
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00016	Pearson Correlation	.052	.481**	.384*	.111	.427**	.045
	Sig. (2-tailed)	.742	.001	.012	.485	.005	.778
	Sum of Squares and Cross-products	.905	6.190	7.000	2.286	6.476	.571
	Covariance	.022	.151	.171	.056	.158	.014
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00017	Pearson Correlation	.251	.101	.273	.215	.051	.112
	Sig. (2-tailed)	.109	.523	.080	.170	.749	.481
	Sum of Squares and Cross-products	3.476	1.048	4.000	3.571	.619	1.143
	Covariance	.085	.026	.098	.087	.015	.028
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00018	Pearson Correlation	-.051	.267	.368 [*]	.452 ^{**}	.179	.107
	Sig. (2-tailed)	.749	.088	.017	.003	.257	.502
	Sum of Squares and Cross-products	-7.86	3.071	6.000	8.357	2.429	1.214
	Covariance	-.019	.075	.146	.204	.059	.030
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00019	Pearson Correlation	-.234	-.083	-.067	-.122	.165	.034
	Sig. (2-tailed)	.136	.599	.674	.440	.298	.830
	Sum of Squares and Cross-products	-3.310	-.881	-1.000	-2.071	2.048	.357
	Covariance	-.081	-.021	-.024	-.051	.050	.009
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00020	Pearson Correlation	-.228	.332 [*]	.079	-.124	.018	-.008
	Sig. (2-tailed)	.147	.032	.620	.434	.910	.960
	Sum of Squares and Cross-products	-2.738	2.976	1.000	-1.786	.190	-.071
	Covariance	-.067	.073	.024	-.044	.005	-.002
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00021	Pearson Correlation	-.158	.211	.298	.263	.358 [*]	.000
	Sig. (2-tailed)	.319	.180	.055	.092	.020	1.000
	Sum of Squares and Cross-products	-2.000	2.000	4.000	4.000	4.000	.000
	Covariance	-.049	.049	.098	.098	.098	.000
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00022	Pearson Correlation	-.182	.101	.342 [*]	.095	.133	-.084
	Sig. (2-tailed)	.248	.523	.027	.550	.402	.598
	Sum of Squares and Cross-products	-2.524	1.048	5.000	1.571	1.619	-.857
	Covariance	-.062	.026	.122	.038	.039	-.021
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00023	Pearson Correlation	.123	.346 [*]	.417 ^{**}	.113	.375 [*]	.280
	Sig. (2-tailed)	.438	.025	.006	.477	.014	.072
	Sum of Squares and Cross-products	1.952	4.095	7.000	2.143	5.238	3.286
	Covariance	.048	.100	.171	.052	.128	.080
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00024	Pearson Correlation	.231	.204	.116	.293	.292	.285
	Sig. (2-tailed)	.141	.196	.464	.060	.060	.067
	Sum of Squares and Cross-products	3.762	2.476	2.000	5.714	4.190	3.429
	Covariance	.092	.060	.049	.139	.102	.084
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00025	Pearson Correlation	-.124	.100	.198	.254	.271	.020
	Sig. (2-tailed)	.433	.529	.209	.105	.082	.899
	Sum of Squares and Cross-products	-1.786	1.071	3.000	4.357	3.429	.214
	Covariance	-.044	.026	.073	.106	.084	.005
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00026	Pearson Correlation	-.152	.098	.000	.380*	.078	-.057
	Sig. (2-tailed)	.338	.535	1.000	.013	.623	.719
	Sum of Squares and Cross-products	-2.310	1.119	.000	6.929	1.048	-.643
	Covariance	-.056	.027	.000	.169	.026	-.016
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00027	Pearson Correlation	.219	.235	.217	.284	.149	.296
	Sig. (2-tailed)	.164	.135	.167	.069	.345	.057
	Sum of Squares and Cross-products	2.857	2.286	3.000	4.429	1.714	2.857
	Covariance	.070	.056	.073	.108	.042	.070
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00028	Pearson Correlation	-.025	.020	.130	.177	.257	.433**
	Sig. (2-tailed)	.877	.901	.410	.263	.100	.004
	Sum of Squares and Cross-products	-.357	.214	2.000	3.071	3.286	4.643
	Covariance	-.009	.005	.049	.075	.080	.113
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00029	Pearson Correlation	.113	-.073	-.196	.119	-.134	.153
	Sig. (2-tailed)	.475	.648	.215	.452	.397	.332
	Sum of Squares and Cross-products	1.643	-.786	-3.000	2.071	-1.714	1.643
	Covariance	.040	-.019	-.073	.051	-.042	.040
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00030	Pearson Correlation	.206	.100	.000	.154	-.031	.149
	Sig. (2-tailed)	.192	.527	1.000	.331	.846	.345
	Sum of Squares and Cross-products	3.595	1.310	.000	3.214	-.476	1.929
	Covariance	.088	.032	.000	.078	-.012	.047
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00031	Pearson Correlation	-.072	.280	.124	.508**	.259	.494**
	Sig. (2-tailed)	.652	.073	.434	.001	.098	.001
	Sum of Squares and Cross-products	-1.095	3.190	2.000	9.286	3.476	5.571
	Covariance	-.027	.078	.049	.226	.085	.136
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00032	Pearson Correlation	-.217	.186	.062	.161	.302	-.057
	Sig. (2-tailed)	.167	.237	.696	.309	.052	.719
	Sum of Squares and Cross-products	-3.310	2.119	1.000	2.929	4.048	-.643
	Covariance	-.081	.052	.024	.071	.099	-.016
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00033	Pearson Correlation	.246	.250	.391*	.271	.447**	.120
	Sig. (2-tailed)	.117	.110	.011	.082	.003	.450
	Sum of Squares and Cross-products	4.167	3.167	7.000	5.500	6.667	1.500
	Covariance	.102	.077	.171	.134	.163	.037
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00034	Pearson Correlation	.362*	.323*	.365*	-.005	.267	.142
	Sig. (2-tailed)	.018	.037	.017	.977	.087	.370
	Sum of Squares and Cross-products	4.690	3.119	5.000	-.071	3.048	1.357
	Covariance	.114	.076	.122	-.002	.074	.033
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00035	Pearson Correlation	.346*	.374*	.190	.196	.127	.136
	Sig. (2-tailed)	.025	.015	.228	.214	.423	.390
	Sum of Squares and Cross-products	5.167	4.167	3.000	3.500	1.667	1.500
	Covariance	.126	.102	.073	.085	.041	.037
	N	42	42	42	42	42	42
Skor total	Pearson Correlation	.272	.160	.376*	.488**	.230	.341*
	Sig. (2-tailed)	.082	.312	.014	.001	.143	.027
	Sum of Squares and Cross-products	99.833	43.833	146.000	214.500	74.333	92.500
	Covariance	2.435	1.069	3.561	5.232	1.813	2.256
	N	42	42	42	42	42	42

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

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

VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015
-.250	.207	.059	-.142	.081	-.137	.236	.366*	-.007
.110	.187	.712	.370	.610	.388	.133	.017	.966
-4.310	3.524	1.000	-2.310	1.524	-2.262	3.429	5.119	-.095
-.105	.086	.024	-.056	.037	-.055	.084	.125	-.002
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.087	.391*	.236	.339*	.282	.488**	.197	.313*	.301
.584	.011	.132	.028	.071	.001	.210	.044	.052
1.119	4.952	3.000	4.119	3.952	6.024	2.143	3.262	3.190
.027	.121	.073	.100	.096	.147	.052	.080	.078
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.275	.501**	.389*	.116	.554**	.343*	.065	.474**	.267
.078	.001	.011	.463	.000	.026	.682	.002	.087
5.000	9.000	7.000	2.000	11.000	6.000	1.000	7.000	4.000
.122	.220	.171	.049	.268	.146	.024	.171	.098
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.385*	.218	.245	.305*	.330*	.090	-.016	.337*	.312*
.012	.166	.117	.050	.033	.570	.918	.029	.045
7.929	4.429	5.000	5.929	7.429	1.786	-.286	5.643	5.286
.193	.108	.122	.145	.181	.044	-.007	.138	.129
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.201	.427**	.267	.353*	.446**	.262	.145	.236	.279
.202	.005	.087	.022	.003	.094	.359	.132	.074
3.048	6.381	4.000	5.048	7.381	3.810	1.857	2.905	3.476
.074	.156	.098	.123	.180	.093	.045	.071	.085
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.107	.547**	.080	-.054	-.010	-.158	.412**	.367*	.055
.501	.000	.617	.736	.948	.318	.007	.017	.731
1.357	6.857	1.000	-.643	-.143	-1.929	4.429	3.786	.571
.033	.167	.024	-.016	-.003	-.047	.108	.092	.014
42	42	42	42	42	42	42	42	42
1	.289	.220	.253	.360*	.333*	-.046	-.021	.399**
	.064	.162	.105	.019	.031	.773	.896	.009
18.405	5.238	4.000	4.405	7.238	5.881	-.714	-.310	6.048
.449	.128	.098	.107	.177	.143	-.017	-.008	.148
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.289	1	.111	.131	.096	.060	.410**	.239	.025
.064		.482	.410	.545	.705	.007	.127	.873
5.238	17.905	2.000	2.238	1.905	1.048	6.286	3.524	.381
.128	.437	.049	.055	.046	.026	.153	.086	.009
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.220	.111	1	.058	.302	.515**	-.065	.203	.534**
.162	.482		.714	.052	.000	.682	.197	.000
4.000	2.000	18.000	1.000	6.000	9.000	-1.000	3.000	8.000
.098	.049	.439	.024	.146	.220	-.024	.073	.195
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.253	.131	.058	1	.276	.233	-.185	.191	.213
.105	.410	.714		.076	.138	.241	.226	.176
4.405	2.238	1.000	16.405	5.238	3.881	-2.714	2.690	3.048
.107	.055	.024	.400	.128	.095	-.066	.066	.074
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.360*	.096	.302	.276	1	.521**	-.219	.155	.446**
.019	.545	.052	.076		.000	.164	.327	.003
7.238	1.905	6.000	5.238	21.905	10.048	-3.714	2.524	7.381
.177	.046	.146	.128	.534	.245	-.091	.062	.180
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.333*	.060	.515**	.233	.521**	1	.057	.051	.537**
.031	.705	.000	.138	.000		.718	.746	.000
5.881	1.048	9.000	3.881	10.048	16.976	.857	.738	7.810
.143	.026	.220	.095	.245	.414	.021	.018	.190
42	42	42	42	42	42	42	42	42

-.046	.410**	-.065	-.185	-.219	.057	1	.034	-.089
.773	.007	.682	.241	.164	.718		.831	.574
-.714	6.286	-1.000	-2.714	-3.714	.857	13.143	.429	-1.143
-.017	.153	-.024	-.066	-.091	.021	.321	.010	-.028
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.021	.239	.203	.191	.155	.051	.034	1	.236
.896	.127	.197	.226	.327	.746	.831		.132
-.310	3.524	3.000	2.690	2.524	.738	.429	12.119	2.905
-.008	.086	.073	.066	.062	.018	.010	.296	.071
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.399**	.025	.534**	.213	.446**	.537**	-.089	.236	1
.009	.873	.000	.176	.003	.000	.574	.132	
6.048	.381	8.000	3.048	7.381	7.810	-1.143	2.905	12.476
.148	.009	.195	.074	.180	.190	-.028	.071	.304
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.219	.351*	.494**	.232	.267	.667**	.183	.127	.492**
.163	.023	.001	.138	.087	.000	.245	.422	.001
4.048	6.381	9.000	4.048	5.381	11.810	2.857	1.905	7.476
.099	.156	.220	.099	.131	.288	.070	.046	.182
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.254	.144	.547**	-.017	.068	.348*	.137	.123	.215
.104	.365	.000	.915	.670	.024	.387	.438	.172
3.762	2.095	8.000	-.238	1.095	4.952	1.714	1.476	2.619
.092	.051	.195	-.006	.027	.121	.042	.036	.064
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.463**	.439**	.490**	.234	.230	.374*	.041	.165	.400**
.002	.004	.001	.136	.142	.015	.797	.295	.009
7.643	7.143	8.000	3.643	4.143	5.929	.571	2.214	5.429
.186	.174	.195	.089	.101	.145	.014	.054	.132
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.106	-.051	.067	-.112	.075	.199	.101	.056	.165
.506	.748	.674	.481	.636	.208	.526	.723	.298
-1.595	-.762	1.000	-1.595	1.238	2.881	1.286	.690	2.048
-.039	-.019	.024	-.039	.030	.070	.031	.017	.050
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.165	.075	.315*	-.073	.139	.569**	.013	.217	.396**
.297	.636	.042	.648	.379	.000	.934	.168	.009
2.119	.952	4.000	-.881	1.952	7.024	.143	2.262	4.190
.052	.023	.098	-.021	.048	.171	.003	.055	.102
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.295	.075	.522**	.312*	.473**	.537**	-.262	.182	.537**
.058	.638	.000	.044	.002	.000	.094	.250	.000
4.000	1.000	7.000	4.000	7.000	7.000	-3.000	2.000	6.000
.098	.024	.171	.098	.171	.171	-.073	.049	.146
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.254	.144	.342*	.269	.316*	.419**	-.343*	.206	.297
.104	.365	.027	.085	.042	.006	.026	.190	.056
3.762	2.095	5.000	3.762	5.095	5.952	-4.286	2.476	3.619
.092	.051	.122	.092	.124	.145	-.105	.060	.088
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.149	.550**	.179	-.030	.118	.363*	.449**	.215	.304
.347	.000	.257	.852	.455	.018	.003	.172	.051
2.524	9.190	3.000	-.476	2.190	5.905	6.429	2.952	4.238
.062	.224	.073	-.012	.053	.144	.157	.072	.103
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.265	.288	-.058	.159	.155	.031	.349*	.054	.013
.090	.064	.715	.314	.326	.844	.023	.735	.933
4.619	4.952	-1.000	2.619	2.952	.524	5.143	.762	.190
.113	.121	-.024	.064	.072	.013	.125	.019	.005
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.237	.009	.659**	.252	.367*	.402**	-.187	.098	.509**
.130	.953	.000	.108	.017	.008	.235	.539	.001
3.643	.143	10.000	3.643	6.143	5.929	-2.429	1.214	6.429
.089	.003	.244	.089	.150	.145	-.059	.030	.157
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.393**	.077	.186	.482**	.182	.248	-.270	.279	.526**
.010	.627	.237	.001	.248	.113	.084	.073	.000
6.405	1.238	3.000	7.405	3.238	3.881	-3.714	3.690	7.048
.156	.030	.073	.181	.079	.095	-.091	.090	.172
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.184	.405**	-.145	.195	.103	-.021	.194	.341*	.062
.243	.008	.360	.215	.515	.893	.219	.027	.696
2.571	5.571	-2.000	2.571	1.571	-.286	2.286	3.857	.714
.063	.136	-.049	.063	.038	-.007	.056	.094	.017
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.253	.486**	.000	-.005	-.034	-.082	.207	-.108	.022
.106	.001	1.000	.976	.832	.608	.188	.497	.888
3.929	7.429	.000	-.071	-.571	-1.214	2.714	-1.357	.286
.096	.181	.000	-.002	-.014	-.030	.066	-.033	.007
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.124	.028	.065	-.005	.025	-.082	.131	-.108	.022
.433	.860	.682	.976	.874	.608	.409	.497	.888
1.929	.429	1.000	-.071	.429	-1.214	1.714	-1.357	.286
.047	.010	.024	-.002	.010	-.030	.042	-.033	.007
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.131	.305*	-.054	.082	-.068	.094	.199	-.159	-.096
.407	.050	.734	.604	.670	.553	.206	.316	.546
2.452	5.619	-1.000	1.452	-1.381	1.690	3.143	-2.405	-1.476
.060	.137	-.024	.035	-.034	.041	.077	-.059	-.036
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.371*	.458**	.000	.328*	.021	-.012	.062	.219	-.039
.016	.002	1.000	.034	.893	.939	.696	.163	.806
6.048	7.381	.000	5.048	.381	-.190	.857	2.905	-.524
.148	.180	.000	.123	.009	-.005	.021	.071	-.013
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.271	.015	.373*	.352*	.295	.568**	-.125	.052	.451**
.083	.926	.015	.022	.058	.000	.432	.742	.003
4.405	.238	6.000	5.405	5.238	8.881	-1.714	.690	6.048
.107	.006	.146	.132	.128	.217	-.042	.017	.148
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.175	.075	.223	.127	.523**	.278	-.131	.283	.380*
.268	.639	.155	.424	.000	.075	.410	.069	.013
3.167	1.333	4.000	2.167	10.333	4.833	-2.000	4.167	5.667
.077	.033	.098	.053	.252	.118	-.049	.102	.138
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.115	.311*	.292	-.046	.148	.217	.110	.418**	.180
.467	.045	.060	.774	.349	.168	.488	.006	.255
-1.595	4.238	4.000	-.595	2.238	2.881	1.286	4.690	2.048
-.039	.103	.098	-.015	.055	.070	.031	.114	.050
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.198	.275	.127	.144	.019	.120	.222	.090	.051
.208	.078	.424	.363	.904	.450	.157	.570	.750
3.167	4.333	2.000	2.167	.333	1.833	3.000	1.167	.667
.077	.106	.049	.053	.008	.045	.073	.028	.016
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.341*	.226	.345*	.113	.340*	.287	.057	.370*	.317*
.027	.149	.025	.477	.028	.065	.719	.016	.041
133.833	87.667	134.000	41.833	145.667	108.167	19.000	117.833	102.333
3.264	2.138	3.268	1.020	3.553	2.638	.463	2.874	2.496
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024
.052	.251	-.051	-.234	-.228	-.158	-.182	.123	.231
.742	.109	.749	.136	.147	.319	.248	.438	.141
.905	3.476	-.786	-3.310	-2.738	-2.000	-2.524	1.952	3.762
.022	.085	-.019	-.081	-.067	-.049	-.062	.048	.092
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.481**	.101	.267	-.083	.332*	.211	.101	.346*	.204
.001	.523	.088	.599	.032	.180	.523	.025	.196
6.190	1.048	3.071	-.881	2.976	2.000	1.048	4.095	2.476
.151	.026	.075	-.021	.073	.049	.026	.100	.060
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.384*	.273	.368*	-.067	.079	.298	.342*	.417**	.116
.012	.080	.017	.674	.620	.055	.027	.006	.464
7.000	4.000	6.000	-1.000	1.000	4.000	5.000	7.000	2.000
.171	.098	.146	-.024	.024	.098	.122	.171	.049
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.111	.215	.452**	-.122	-.124	.263	.095	.113	.293
.485	.170	.003	.440	.434	.092	.550	.477	.060
2.286	3.571	8.357	-2.071	-1.786	4.000	1.571	2.143	5.714
.056	.087	.204	-.051	-.044	.098	.038	.052	.139
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.427**	.051	.179	.165	.018	.358*	.133	.375*	.292
.005	.749	.257	.298	.910	.020	.402	.014	.060
6.476	.619	2.429	2.048	.190	4.000	1.619	5.238	4.190
.158	.015	.059	.050	.005	.098	.039	.128	.102
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.045	.112	.107	.034	-.008	.000	-.084	.280	.285
.778	.481	.502	.830	.960	1.000	.598	.072	.067
.571	1.143	1.214	.357	-.071	.000	-.857	3.286	3.429
.014	.028	.030	.009	-.002	.000	-.021	.080	.084
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.219	.254	.463**	-.106	.165	.295	.254	.149	.265
.163	.104	.002	.506	.297	.058	.104	.347	.090
4.048	3.762	7.643	-1.595	2.119	4.000	3.762	2.524	4.619
.099	.092	.186	-.039	.052	.098	.092	.062	.113
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.351*	.144	.439**	-.051	.075	.075	.144	.550**	.288
.023	.365	.004	.748	.636	.638	.365	.000	.064
6.381	2.095	7.143	-.762	.952	1.000	2.095	9.190	4.952
.156	.051	.174	-.019	.023	.024	.051	.224	.121
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.351*	.144	.439**	-.051	.075	.075	.144	.550**	.288
.023	.365	.004	.748	.636	.638	.365	.000	.064
6.381	2.095	7.143	-.762	.952	1.000	2.095	9.190	4.952
.156	.051	.174	-.019	.023	.024	.051	.224	.121
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.494**	.547**	.490**	.067	.315*	.522**	.342*	.179	-.058
.001	.000	.001	.674	.042	.000	.027	.257	.715
9.000	8.000	8.000	1.000	4.000	7.000	5.000	3.000	-1.000
.220	.195	.195	.024	.098	.171	.122	.073	-.024
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.232	-.017	.234	-.112	-.073	.312*	.269	-.030	.159
.138	.915	.136	.481	.648	.044	.085	.852	.314
4.048	-.238	3.643	-1.595	-.881	4.000	3.762	-.476	2.619
.099	-.006	.089	-.039	-.021	.098	.092	-.012	.064
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.267	.068	.230	.075	.139	.473**	.316*	.118	.155
.087	.670	.142	.636	.379	.002	.042	.455	.326
5.381	1.095	4.143	1.238	1.952	7.000	5.095	2.190	2.952
.131	.027	.101	.030	.048	.171	.124	.053	.072
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.667**	.348*	.374*	.199	.569**	.537**	.419**	.363*	.031
.000	.024	.015	.208	.000	.000	.006	.018	.844
11.810	4.952	5.929	2.881	7.024	7.000	5.952	5.905	.524
.288	.121	.145	.070	.171	.171	.145	.144	.013
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.183	.137	.041	.101	.013	-.262	-.343*	.449**	.349*
.245	.387	.797	.526	.934	.094	.026	.003	.023
2.857	1.714	.571	1.286	.143	-3.000	-4.286	6.429	5.143
.070	.042	.014	.031	.003	-.073	-.105	.157	.125
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.127	.123	.165	.056	.217	.182	.206	.215	.054
.422	.438	.295	.723	.168	.250	.190	.172	.735
1.905	1.476	2.214	.690	2.262	2.000	2.476	2.952	.762
.046	.036	.054	.017	.055	.049	.060	.072	.019
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.492**	.215	.400**	.165	.396**	.537**	.297	.304	.013
.001	.172	.009	.298	.009	.000	.056	.051	.933
7.476	2.619	5.429	2.048	4.190	6.000	3.619	4.238	.190
.182	.064	.132	.050	.102	.146	.088	.103	.005
42	42	42	42	42	42	42	42	42

1	.379 [*]	.449 ^{**}	.135	.403 ^{**}	.441 ^{**}	.446 ^{**}	.426 ^{**}	.011
	.013	.003	.393	.008	.003	.003	.005	.945
18.476	5.619	7.429	2.048	5.190	6.000	6.619	7.238	.190
	.451	.137	.181	.050	.127	.146	.161	.177
	42	42	42	42	42	42	42	42
.379 [*]	1	.441 ^{**}	-.184	.198	.275	.160	.133	.146
.013		.003	.243	.209	.078	.311	.402	.356
5.619	11.905	5.857	-2.238	2.048	3.000	1.905	1.810	2.048
	.137	.290	.143	-.055	.050	.073	.046	.044
	42	42	42	42	42	42	42	42
.449 ^{**}	.441 ^{**}	1	-.026	.353 [*]	.411 ^{**}	.291	.376 [*]	.293
.003	.003		.868	.022	.007	.062	.014	.060
7.429	5.857	14.786	-.357	4.071	5.000	3.857	5.714	4.571
	.181	.143	.361	-.009	.099	.122	.094	.139
	42	42	42	42	42	42	42	42
.135	-.184	-.026	1	.485 ^{**}	.449 ^{**}	.063	.253	.113
.393	.243	.868		.001	.003	.693	.106	.475
2.048	-2.238	-.357	12.405	5.119	5.000	.762	3.524	1.619
	.050	-.055	.303	.125	.122	.019	.086	.039
	42	42	42	42	42	42	42	42

.403**	.198	.353*	.485**	1	.528**	.392*	.430**	-.043
.008	.209	.022	.001		.000	.010	.004	.787
5.190	2.048	4.071	5.119	8.976	5.000	4.048	5.095	-.524
.127	.050	.099	.125	.219	.122	.099	.124	-.013
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.441**	.275	.411**	.449**	.528**	1	.550**	.160	.078
.003	.078	.007	.003	.000		.000	.311	.624
6.000	3.000	5.000	5.000	5.000	10.000	6.000	2.000	1.000
.146	.073	.122	.122	.122	.244	.146	.049	.024
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.446**	.160	.291	.063	.392*	.550**	1	.133	-.354*
.003	.311	.062	.693	.010	.000		.402	.022
6.619	1.905	3.857	.762	4.048	6.000	11.905	1.810	-4.952
.161	.046	.094	.019	.099	.146	.290	.044	-.121
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.426**	.133	.376*	.253	.430**	.160	.133	1	.255
.005	.402	.014	.106	.004	.311	.402		.103
7.238	1.810	5.714	3.524	5.095	2.000	1.810	15.619	4.095
.177	.044	.139	.086	.124	.049	.044	.381	.100
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.426**	.133	.376*	.253	.430**	.160	.133	1	.255
.005	.402	.014	.106	.004	.311	.402		.103
7.238	1.810	5.714	3.524	5.095	2.000	1.810	15.619	4.095
.177	.044	.139	.086	.124	.049	.044	.381	.100
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.011	.146	.293	.113	-.043	.078	-.354*	.255	1
.945	.356	.060	.475	.787	.624	.022	.103	
.190	2.048	4.571	1.619	-.524	1.000	-4.952	4.095	16.476
.005	.050	.111	.039	-.013	.024	-.121	.100	.402
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.353*	.313*	.348*	.369*	.380*	.884**	.475**	.051	.039
.022	.044	.024	.016	.013	.000	.001	.751	.804
5.429	3.857	4.786	4.643	4.071	10.000	5.857	.714	.571
.132	.094	.117	.113	.099	.244	.143	.017	.014
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.309*	.135	.524**	.180	.274	.500**	.287	.035	.105
.046	.396	.000	.254	.079	.001	.065	.826	.508
5.048	1.762	7.643	2.405	3.119	6.000	3.762	.524	1.619
.123	.043	.186	.059	.076	.146	.092	.013	.039
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.123	-.051	.251	-.037	.132	.097	.038	.145	.476**
.439	.749	.108	.814	.405	.540	.810	.361	.001
1.714	-.571	3.143	-.429	1.286	1.000	.429	1.857	6.286
.042	-.014	.077	-.010	.031	.024	.010	.045	.153
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.147	.206	.457**	-.006	.020	.087	-.034	.220	.321*
.353	.190	.002	.972	.901	.582	.829	.162	.038
2.286	2.571	6.357	-.071	.214	1.000	-.429	3.143	4.714
.056	.063	.155	-.002	.005	.024	-.010	.077	.115
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.175	.366*	.385*	-.006	.112	.000	-.355*	-.060	.458**
.269	.017	.012	.972	.480	1.000	.021	.706	.002
-2.714	4.571	5.357	-.071	1.214	.000	-4.429	-.857	6.714
-.066	.111	.131	-.002	.030	.000	-.108	-.021	.164
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.028	.358*	.124	-.166	-.053	.073	-.041	-.072	.272
.860	.020	.435	.293	.739	.648	.796	.651	.081
.524	5.381	2.071	-2.548	-.690	1.000	-.619	-1.238	4.810
.013	.131	.051	-.062	-.017	.024	-.015	-.030	.117
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.090	.047	.371*	-.071	.104	.249	.200	.215	.466**
.570	.767	.016	.655	.510	.111	.205	.171	.002
1.476	.619	5.429	-.952	1.190	3.000	2.619	3.238	7.190
.036	.015	.132	-.023	.029	.073	.064	.079	.175
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.493**	.211	.524**	.180	.538**	.667**	.593**	.168	-.025
.001	.180	.000	.254	.000	.000	.000	.287	.876
8.048	2.762	7.643	2.405	6.119	8.000	7.762	2.524	-.381
.196	.067	.186	.059	.149	.195	.189	.062	-.009
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.367*	.114	.154	.011	.171	.374*	.320*	.140	.156
.017	.471	.330	.944	.278	.015	.039	.377	.325
6.667	1.667	2.500	.167	2.167	5.000	4.667	2.333	2.667
.163	.041	.061	.004	.053	.122	.114	.057	.065
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.580**	.338*	.213	.124	.426**	.392*	.428**	.276	-.029
.000	.029	.175	.435	.005	.010	.005	.076	.855
8.048	3.762	2.643	1.405	4.119	4.000	4.762	3.524	-.381
.196	.092	.064	.034	.100	.098	.116	.086	-.009
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.354*	.364*	.245	-.369*	-.075	-.085	-.026	.091	.309*
.021	.018	.118	.016	.638	.592	.870	.568	.046
5.667	4.667	3.500	-4.833	-.833	-1.000	-.333	1.333	4.667
.138	.114	.085	-.118	-.020	-.024	-.008	.033	.114
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.258	.435**	.300	-.199	.050	.321*	.365*	.063	.125
.100	.004	.054	.206	.751	.038	.017	.693	.431
101.333	137.333	105.500	-64.167	13.833	93.000	115.333	22.667	46.333
2.472	3.350	2.573	-1.565	.337	2.268	2.813	.553	1.130
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00025	VAR00026	VAR00027	VAR00028	VAR00029	VAR00030	VAR00031	VAR00032	VAR00033
-.124	-.152	.219	-.025	.113	.206	-.072	-.217	.246
.433	.338	.164	.877	.475	.192	.652	.167	.117
-1.786	-2.310	2.857	-.357	1.643	3.595	-1.095	-3.310	4.167
-.044	-.056	.070	-.009	.040	.088	-.027	-.081	.102
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.100	.098	.235	.020	-.073	.100	.280	.186	.250
.529	.535	.135	.901	.648	.527	.073	.237	.110
1.071	1.119	2.286	.214	-.786	1.310	3.190	2.119	3.167
.026	.027	.056	.005	-.019	.032	.078	.052	.077
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.198	.000	.217	.130	-.196	.000	.124	.062	.391*
.209	1.000	.167	.410	.215	1.000	.434	.696	.011
3.000	.000	3.000	2.000	-3.000	.000	2.000	1.000	7.000
.073	.000	.073	.049	-.073	.000	.049	.024	.171
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.254	.380*	.284	.177	.119	.154	.508**	.161	.271
.105	.013	.069	.263	.452	.331	.001	.309	.082
4.357	6.929	4.429	3.071	2.071	3.214	9.286	2.929	5.500
.106	.169	.108	.075	.051	.078	.226	.071	.134
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.271	.078	.149	.257	-.134	-.031	.259	.302	.447**
.082	.623	.345	.100	.397	.846	.098	.052	.003
3.429	1.048	1.714	3.286	-1.714	-4.76	3.476	4.048	6.667
.084	.026	.042	.080	-.042	-.012	.085	.099	.163
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.020	-.057	.296	.433**	.153	.149	.494**	-.057	.120
.899	.719	.057	.004	.332	.345	.001	.719	.450
.214	-.643	2.857	4.643	1.643	1.929	5.571	-.643	1.500
.005	-.016	.070	.113	.040	.047	.136	-.016	.037
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.237	.393**	.184	.253	.124	.131	.371*	.271	.175
.130	.010	.243	.106	.433	.407	.016	.083	.268
3.643	6.405	2.571	3.929	1.929	2.452	6.048	4.405	3.167
.089	.156	.063	.096	.047	.060	.148	.107	.077
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.009	.077	.405**	.486**	.028	.305*	.458**	.015	.075
.953	.627	.008	.001	.860	.050	.002	.926	.639
.143	1.238	5.571	7.429	.429	5.619	7.381	.238	1.333
.003	.030	.136	.181	.010	.137	.180	.006	.033
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.659**	.186	-.145	.000	.065	-.054	.000	.373*	.223
.000	.237	.360	1.000	.682	.734	1.000	.015	.155
10.000	3.000	-2.000	.000	1.000	-1.000	.000	6.000	4.000
.244	.073	-.049	.000	.024	-.024	.000	.146	.098
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.252	.482**	.195	-.005	-.005	.082	.328*	.352*	.127
.108	.001	.215	.976	.976	.604	.034	.022	.424
3.643	7.405	2.571	-.071	-.071	1.452	5.048	5.405	2.167
.089	.181	.063	-.002	-.002	.035	.123	.132	.053
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.367*	.182	.103	-.034	.025	-.068	.021	.295	.523**
.017	.248	.515	.832	.874	.670	.893	.058	.000
6.143	3.238	1.571	-.571	.429	-1.381	.381	5.238	10.333
.150	.079	.038	-.014	.010	-.034	.009	.128	.252
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.402**	.248	-.021	-.082	-.082	.094	-.012	.568**	.278
.008	.113	.893	.608	.608	.553	.939	.000	.075
5.929	3.881	-.286	-1.214	-1.214	1.690	-.190	8.881	4.833
.145	.095	-.007	-.030	-.030	.041	-.005	.217	.118
42	42	42	42	42	42	42	42	42

-187	-270	.194	.207	.131	.199	.062	-.125	-.131
.235	.084	.219	.188	.409	.206	.696	.432	.410
-2.429	-3.714	2.286	2.714	1.714	3.143	.857	-1.714	-2.000
-.059	-.091	.056	.066	.042	.077	.021	-.042	-.049
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.098	.279	.341*	-.108	-.108	-.159	.219	.052	.283
.539	.073	.027	.497	.497	.316	.163	.742	.069
1.214	3.690	3.857	-1.357	-1.357	-2.405	2.905	.690	4.167
.030	.090	.094	-.033	-.033	-.059	.071	.017	.102
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.509**	.526**	.062	.022	.022	-.096	-.039	.451**	.380*
.001	.000	.696	.888	.888	.546	.806	.003	.013
6.429	7.048	.714	.286	.286	-1.476	-.524	6.048	5.667
.157	.172	.017	.007	.007	-.036	-.013	.148	.138
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.353*	.309*	.123	.147	-.175	.028	.090	.493**	.367*
.022	.046	.439	.353	.269	.860	.570	.001	.017
5.429	5.048	1.714	2.286	-2.714	.524	1.476	8.048	6.667
.132	.123	.042	.056	-.066	.013	.036	.196	.163
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.313 [*]	.135	-.051	.206	.366 [*]	.358 [*]	.047	.211	.114
.044	.396	.749	.190	.017	.020	.767	.180	.471
3.857	1.762	-.571	2.571	4.571	5.381	.619	2.762	1.667
.094	.043	-.014	.063	.111	.131	.015	.067	.041
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.348 [*]	.524 ^{**}	.251	.457 ^{**}	.385 [*]	.124	.371 [*]	.524 ^{**}	.154
.024	.000	.108	.002	.012	.435	.016	.000	.330
4.786	7.643	3.143	6.357	5.357	2.071	5.429	7.643	2.500
.117	.186	.077	.155	.131	.051	.132	.186	.061
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.369 [*]	.180	-.037	-.006	-.006	-.166	-.071	.180	.011
.016	.254	.814	.972	.972	.293	.655	.254	.944
4.643	2.405	-.429	-.071	-.071	-2.548	-.952	2.405	.167
.113	.059	-.010	-.002	-.002	-.062	-.023	.059	.004
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.380 [*]	.274	.132	.020	.112	-.053	.104	.538 ^{**}	.171
.013	.079	.405	.901	.480	.739	.510	.000	.278
4.071	3.119	1.286	.214	1.214	-.690	1.190	6.119	2.167
.099	.076	.031	.005	.030	-.017	.029	.149	.053
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.884**	.500**	.097	.087	.000	.073	.249	.667**	.374*
.000	.001	.540	.582	1.000	.648	.111	.000	.015
10.000	6.000	1.000	1.000	.000	1.000	3.000	8.000	5.000
.244	.146	.024	.024	.000	.024	.073	.195	.122
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.475**	.287	.038	-.034	-.355*	-.041	.200	.593**	.320*
.001	.065	.810	.829	.021	.796	.205	.000	.039
5.857	3.762	.429	-.429	-4.429	-.619	2.619	7.762	4.667
.143	.092	.010	-.010	-.108	-.015	.064	.189	.114
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.051	.035	.145	.220	-.060	-.072	.215	.168	.140
.751	.826	.361	.162	.706	.651	.171	.287	.377
.714	.524	1.857	3.143	-.857	-1.238	3.238	2.524	2.333
.017	.013	.045	.077	-.021	-.030	.079	.062	.057
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.039	.105	.476**	.321*	.458**	.272	.466**	-.025	.156
.804	.508	.001	.038	.002	.081	.002	.876	.325
.571	1.619	6.286	4.714	6.714	4.810	7.190	-.381	2.667
.014	.039	.153	.115	.164	.117	.175	-.009	.065
42	42	42	42	42	42	42	42	42

1	.416**	.012	.028	.105	.005	.179	.563**	.232
	.006	.938	.862	.508	.977	.258	.000	.140
12.786	5.643	.143	.357	1.357	.071	2.429	7.643	3.500
.312	.138	.003	.009	.033	.002	.059	.186	.085
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.416**	1	.289	.141	.213	-.033	.211	.514**	.135
.006		.063	.375	.175	.835	.180	.000	.393
5.643	14.405	3.571	1.929	2.929	-.548	3.048	7.405	2.167
.138	.351	.087	.047	.071	-.013	.074	.181	.053
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.012	.289	1	.292	.122	.232	.462**	.208	.291
.938	.063		.061	.443	.139	.002	.185	.061
.143	3.571	10.571	3.429	1.429	3.286	5.714	2.571	4.000
.003	.087	.258	.084	.035	.080	.139	.063	.098
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.028	.141	.292	1	.388*	.331*	.384*	.141	-.098
.862	.375	.061		.011	.032	.012	.375	.536
.357	1.929	3.429	13.071	5.071	5.214	5.286	1.929	-1.500
.009	.047	.084	.319	.124	.127	.129	.047	-.037
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.105	.213	.122	.388 [*]	1	.204	.093	.068	-.098
.508	.175	.443	.011		.195	.556	.670	.536
1.357	2.929	1.429	5.071	13.071	3.214	1.286	.929	-1.500
.033	.071	.035	.124	.319	.078	.031	.023	-.037
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.005	-.033	.232	.331 [*]	.204	1	.333 [*]	.027	.045
.977	.835	.139	.032	.195		.031	.863	.776
.071	-.548	3.286	5.214	3.214	18.976	5.524	.452	.833
.002	-.013	.080	.127	.078	.463	.135	.011	.020
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.179	.211	.462 ^{**}	.384 [*]	.093	.333 [*]	1	.211	.166
.258	.180	.002	.012	.556	.031		.180	.294
2.429	3.048	5.714	5.286	1.286	5.524	14.476	3.048	2.667
.059	.074	.139	.129	.031	.135	.353	.074	.065
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.563 ^{**}	.514 ^{**}	.208	.141	.068	.027	.211	1	.385 [*]
.000	.000	.185	.375	.670	.863	.180		.012
7.643	7.405	2.571	1.929	.929	.452	3.048	14.405	6.167
.186	.181	.063	.047	.023	.011	.074	.351	.150
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.232	.135	.291	-.098	-.098	.045	.166	.385*	1
.140	.393	.061	.536	.536	.776	.294	.012	
3.500	2.167	4.000	-1.500	-1.500	.833	2.667	6.167	17.833
.085	.053	.098	-.037	-.037	.020	.065	.150	.435
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.316*	.115	.245	.080	-.092	.032	.085	.278	.379*
.042	.469	.118	.616	.563	.840	.591	.075	.013
3.643	1.405	2.571	.929	-1.071	.452	1.048	3.405	5.167
.089	.034	.063	.023	-.026	.011	.026	.083	.126
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.113	.012	.331*	.335*	.112	.422**	.259	.083	.180
.477	.941	.032	.030	.482	.005	.098	.603	.253
-1.500	.167	4.000	4.500	1.500	6.833	3.667	1.167	2.833
-.037	.004	.098	.110	.037	.167	.089	.028	.069
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.280	.141	.151	.207	.014	.241	.294	.195	.324*
.073	.374	.339	.188	.932	.124	.059	.215	.036
91.500	48.833	45.000	68.500	4.500	96.167	102.333	67.833	125.167
2.232	1.191	1.098	1.671	.110	2.346	2.496	1.654	3.053
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00034	VAR00035	Skor total
.362*	.346*	.272
.018	.025	.082
4.690	5.167	99.833
.114	.126	2.435
42	42	42
.323*	.374*	.160
.037	.015	.312
3.119	4.167	43.833
.076	.102	1.069
42	42	42
.365*	.190	.376*
.017	.228	.014
5.000	3.000	146.000
.122	.073	3.561
42	42	42
-.005	.196	.488**
.977	.214	.001
-.071	3.500	214.500
-.002	.085	5.232
42	42	42

.267	.127	.230
.087	.423	.143
3.048	1.667	74.333
.074	.041	1.813
42	42	42
.142	.136	.341 [*]
.370	.390	.027
1.357	1.500	92.500
.033	.037	2.256
42	42	42
-.115	.198	.341 [*]
.467	.208	.027
-1.595	3.167	133.833
-.039	.077	3.264
42	42	42
.311 [*]	.275	.226
.045	.078	.149
4.238	4.333	87.667
.103	.106	2.138
42	42	42

*

.292	.127	.345*
.060	.424	.025
4.000	2.000	134.000
.098	.049	3.268
42	42	42
-.046	.144	.113
.774	.363	.477
-.595	2.167	41.833
-.015	.053	1.020
42	42	42
.148	.019	.340*
.349	.904	.028
2.238	.333	145.667
.055	.008	3.553
42	42	42
.217	.120	.287
.168	.450	.065
2.881	1.833	108.167
.070	.045	2.638
42	42	42

.110	.222	.057
.488	.157	.719
1.286	3.000	19.000
.031	.073	.463
42	42	42
.418**	.090	.370*
.006	.570	.016
4.690	1.167	117.833
.114	.028	2.874
42	42	42
.180	.051	.317*
.255	.750	.041
2.048	.667	102.333
.050	.016	2.496
42	42	42
.580**	.354*	.258
.000	.021	.100
8.048	5.667	101.333
.196	.138	2.472
42	42	42

.338*	.364*	.435**
.029	.018	.004
3.762	4.667	137.333
.092	.114	3.350
42	42	42
.213	.245	.300
.175	.118	.054
2.643	3.500	105.500
.064	.085	2.573
42	42	42
.124	-.369*	-.199
.435	.016	.206
1.405	-4.833	-64.167
.034	-.118	-1.565
42	42	42
.426**	-.075	.050
.005	.638	.751
4.119	-.833	13.833
.100	-.020	.337
42	42	42

.392*	-.085	.321*
.010	.592	.038
4.000	-1.000	93.000
.098	-.024	2.268
42	42	42
.428**	-.026	.365*
.005	.870	.017
4.762	-.333	115.333
.116	-.008	2.813
42	42	42
.276	.091	.063
.076	.568	.693
3.524	1.333	22.667
.086	.033	.553
42	42	42
-.029	.309*	.125
.855	.046	.431
-.381	4.667	46.333
-.009	.114	1.130
42	42	42

.316*	-.113	.280
.042	.477	.073
3.643	-1.500	91.500
.089	-.037	2.232
42	42	42
.115	.012	.141
.469	.941	.374
1.405	.167	48.833
.034	.004	1.191
42	42	42
.245	.331*	.151
.118	.032	.339
2.571	4.000	45.000
.063	.098	1.098
42	42	42
.080	.335*	.207
.616	.030	.188
.929	4.500	68.500
.023	.110	1.671
42	42	42

-0.092	.112	.014
.563	.482	.932
-1.071	1.500	4.500
-.026	.037	.110
42	42	42
.032	.422**	.241
.840	.005	.124
.452	6.833	96.167
.011	.167	2.346
42	42	42
.085	.259	.294
.591	.098	.059
1.048	3.667	102.333
.026	.089	2.496
42	42	42
.278	.083	.195
.075	.603	.215
3.405	1.167	67.833
.083	.028	1.654
42	42	42

.379*	.180	.324*
.013	.253	.036
5.167	2.833	125.167
.126	.069	3.053
42	42	42
1	.347*	.403**
	.024	.008
10.405	4.167	118.833
.254	.102	2.898
42	42	42
.347*	1	.327*
.024		.035
4.167	13.833	111.167
.102	.337	2.711
42	42	42
.403**	.327*	1
.008	.035	
118.833	111.167	8373.833
2.898	2.711	204.240
42	42	42

Validitas Konstrak Skala Persepsi Resiko

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006
VAR00001	Pearson Correlation	1	-.140	.328*	.497**	.354*	.469**
	Sig. (2-tailed)		.376	.034	.001	.022	.002
	Sum of Squares and Cross-products	14.000	-2.000	5.000	8.000	4.000	7.000
	Covariance	.341	-.049	.122	.195	.098	.171
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00002	Pearson Correlation	-.140	1	-.294	-.104	.062	-.094
	Sig. (2-tailed)	.376		.059	.510	.697	.554
	Sum of Squares and Cross-products	-2.000	14.571	-4.571	-1.714	.714	-1.429
	Covariance	-.049	.355	-.111	-.042	.017	-.035
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00003	Pearson Correlation	.328*	-.294	1	.441**	.186	.581**
	Sig. (2-tailed)	.034	.059		.003	.239	.000
	Sum of Squares and Cross-products	5.000	-4.571	16.571	7.714	2.286	9.429
	Covariance	.122	-.111	.404	.188	.056	.230
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00004	Pearson Correlation	.497**	-.104	.441**	1	.220	.386*
	Sig. (2-tailed)	.001	.510	.003		.162	.012
	Sum of Squares and Cross-products	8.000	-1.714	7.714	18.476	2.857	6.619
	Covariance	.195	-.042	.188	.451	.070	.161
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00005	Pearson Correlation	.354 [*]	.062	.186	.220	1	.474 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.022	.697	.239	.162		.002
	Sum of Squares and Cross-products	4.000	.714	2.286	2.857	9.143	5.714
	Covariance	.098	.017	.056	.070	.223	.139
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00006	Pearson Correlation	.469 ^{**}	-.094	.581 ^{**}	.386 [*]	.474 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.554	.000	.012	.002	
	Sum of Squares and Cross-products	7.000	-1.429	9.429	6.619	5.714	15.905
	Covariance	.171	-.035	.230	.161	.139	.388
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00007	Pearson Correlation	.231	-.284	.319 [*]	.084	.215	.308 [*]
	Sig. (2-tailed)	.140	.069	.039	.597	.172	.047
	Sum of Squares and Cross-products	4.000	-5.000	6.000	1.667	3.000	5.667
	Covariance	.098	-.122	.146	.041	.073	.138
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00008	Pearson Correlation	.195	-.336 [*]	.494 ^{**}	.180	-.149	.125
	Sig. (2-tailed)	.217	.030	.001	.254	.346	.432
	Sum of Squares and Cross-products	3.000	-5.286	8.286	3.190	-1.857	2.048
	Covariance	.073	-.129	.202	.078	-.045	.050
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00009	Pearson Correlation	.484**	-.203	.458**	.429**	.188	.320*
	Sig. (2-tailed)	.001	.196	.002	.005	.232	.039
	Sum of Squares and Cross-products	5.000	-2.143	5.143	5.095	1.571	3.524
	Covariance	.122	-.052	.125	.124	.038	.086
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00010	Pearson Correlation	.591**	-.321*	.437**	.404**	.340*	.456**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.004	.008	.028	.002
	Sum of Squares and Cross-products	8.000	-4.429	6.429	6.286	3.714	6.571
	Covariance	.195	-.108	.157	.153	.091	.160
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00011	Pearson Correlation	.000	.015	.084	-.009	.057	.148
	Sig. (2-tailed)	1.000	.925	.596	.956	.721	.349
	Sum of Squares and Cross-products	.000	.286	1.714	-.190	.857	2.952
	Covariance	.000	.007	.042	-.005	.021	.072
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00012	Pearson Correlation	.472**	-.190	.341*	.335*	.084	.464**
	Sig. (2-tailed)	.002	.228	.027	.030	.599	.002
	Sum of Squares and Cross-products	8.000	-3.286	6.286	6.524	1.143	8.381
	Covariance	.195	-.080	.153	.159	.028	.204
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00013	Pearson Correlation	.430**	-.171	.358*	.247	.063	.352*
	Sig. (2-tailed)	.004	.280	.020	.115	.690	.022
	Sum of Squares and Cross-products	6.000	-2.429	5.429	3.952	.714	5.238
	Covariance	.146	-.059	.132	.096	.017	.128
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00014	Pearson Correlation	.510**	-.369*	.502**	.366*	.075	.497**
	Sig. (2-tailed)	.001	.016	.001	.017	.637	.001
	Sum of Squares and Cross-products	6.000	-4.429	6.429	4.952	.714	6.238
	Covariance	.146	-.108	.157	.121	.017	.152
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00015	Pearson Correlation	.130	-.272	.494**	.067	.092	.368*
	Sig. (2-tailed)	.413	.081	.001	.672	.563	.016
	Sum of Squares and Cross-products	2.000	-4.286	8.286	1.190	1.143	6.048
	Covariance	.049	-.105	.202	.029	.028	.148
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00016	Pearson Correlation	.321*	-.126	.177	.373*	.000	.161
	Sig. (2-tailed)	.038	.427	.262	.015	1.000	.310
	Sum of Squares and Cross-products	5.000	-2.000	3.000	6.667	.000	2.667
	Covariance	.122	-.049	.073	.163	.000	.065
	N	42	42	42	42	42	42

VAR00017	Pearson Correlation	.268	-.225	-.035	.386*	-.107	-.069
	Sig. (2-tailed)	.086	.152	.825	.012	.502	.665
	Sum of Squares and Cross-products	4.000	-3.429	-.571	6.619	-1.286	-1.095
	Covariance	.098	-.084	-.014	.161	-.031	-.027
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00018	Pearson Correlation	.000	.020	.112	-.190	-.393*	-.129
	Sig. (2-tailed)	1.000	.901	.481	.228	.010	.416
	Sum of Squares and Cross-products	.000	.429	2.571	-4.619	-6.714	-2.905
	Covariance	.000	.010	.063	-.113	-.164	-.071
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00019	Pearson Correlation	.679**	-.119	.346*	.366*	.390*	.497**
	Sig. (2-tailed)	.000	.453	.025	.017	.011	.001
	Sum of Squares and Cross-products	8.000	-1.429	4.429	4.952	3.714	6.238
	Covariance	.195	-.035	.108	.121	.091	.152
	N	42	42	42	42	42	42
VAR00020	Pearson Correlation	-.113	.032	.332*	-.084	.119	.241
	Sig. (2-tailed)	.478	.843	.031	.597	.452	.124
	Sum of Squares and Cross-products	-2.000	.571	6.429	-1.714	1.714	4.571
	Covariance	-.049	.014	.157	-.042	.042	.111
	N	42	42	42	42	42	42

skor total	Pearson Correlation	.375*	-.278	.390*	.161	.418**	.422**
	Sig. (2-tailed)	.014	.074	.011	.309	.006	.005
	Sum of Squares and Cross-products	131.000	-99.286	148.286	64.524	118.143	157.381
	Covariance	3.195	-2.422	3.617	1.574	2.882	3.839
	N	42	42	42	42	42	42

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

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

VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015
.231	.195	.484**	.591**	.000	.472**	.430**	.510**	.130
.140	.217	.001	.000	1.000	.002	.004	.001	.413
4.000	3.000	5.000	8.000	.000	8.000	6.000	6.000	2.000
.098	.073	.122	.195	.000	.195	.146	.146	.049
42	42	42	42	42	42	42	42	42
-.284	-.336*	-.203	-.321*	.015	-.190	-.171	-.369*	-.272
.069	.030	.196	.038	.925	.228	.280	.016	.081
-5.000	-5.286	-2.143	-4.429	.286	-3.286	-2.429	-4.429	-4.286
-.122	-.129	-.052	-.108	.007	-.080	-.059	-.108	-.105
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.319*	.494**	.458**	.437**	.084	.341*	.358*	.502**	.494**
.039	.001	.002	.004	.596	.027	.020	.001	.001
6.000	8.286	5.143	6.429	1.714	6.286	5.429	6.429	8.286
.146	.202	.125	.157	.042	.153	.132	.157	.202
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.084	.180	.429**	.404**	-.009	.335*	.247	.366*	.067
.597	.254	.005	.008	.956	.030	.115	.017	.672
1.667	3.190	5.095	6.286	-.190	6.524	3.952	4.952	1.190
.041	.078	.124	.153	-.005	.159	.096	.121	.029
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.215	-.149	.188	.340*	.057	.084	.063	.075	.092
.172	.346	.232	.028	.721	.599	.690	.637	.563
3.000	-1.857	1.571	3.714	.857	1.143	.714	.714	1.143
.073	-.045	.038	.091	.021	.028	.017	.017	.028
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.308*	.125	.320*	.456**	.148	.464**	.352*	.497**	.368*
.047	.432	.039	.002	.349	.002	.022	.001	.016
5.667	2.048	3.524	6.571	2.952	8.381	5.238	6.238	6.048
.138	.050	.086	.160	.072	.204	.128	.152	.148
42	42	42	42	42	42	42	42	42
1	.508**	.497**	.120	.318*	.016	.542**	.573**	.245
	.001	.001	.450	.040	.920	.000	.000	.118
21.333	9.667	6.333	2.000	7.333	.333	9.333	8.333	4.667
.520	.236	.154	.049	.179	.008	.228	.203	.114
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.508**	1	.373*	.216	.195	.204	.220	.415**	.293
.001		.015	.170	.215	.194	.161	.006	.060
9.667	16.976	4.238	3.214	4.024	3.810	3.381	5.381	4.976
.236	.414	.103	.078	.098	.093	.082	.131	.121
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.497**	.373*	1	.487**	-.017	.313*	.699**	.713**	.285
.001	.015		.001	.914	.044	.000	.000	.068
6.333	4.238	7.619	4.857	-.238	3.905	7.190	6.190	3.238
.154	.103	.186	.118	-.006	.095	.175	.151	.079
.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42
.120	.216	.487**	1	-.067	.533**	.339*	.314*	.283
.450	.170	.001		.672	.000	.028	.043	.069
2.000	3.214	4.857	13.071	-1.214	8.714	4.571	3.571	4.214
.049	.078	.118	.319	-.030	.213	.111	.087	.103
.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42
.318*	.195	-.017	-.067	1	.053	-.128	.103	-.096
.040	.215	.914	.672		.741	.420	.517	.545
7.333	4.024	-.238	-1.214	24.976	1.190	-2.381	1.619	-1.976
.179	.098	-.006	-.030	.609	.029	-.058	.039	-.048
.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42
.016	.204	.313*	.533**	.053	1	.358*	.495**	.312*
.920	.194	.044	.000	.741		.020	.001	.045
.333	3.810	3.905	8.714	1.190	20.476	6.048	7.048	5.810
.008	.093	.095	.213	.029	.499	.148	.172	.142
.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42	.42

.542**	.220	.699**	.339*	-.128	.358*	1	.759**	.350*
.000	.161	.000	.028	.420	.020		.000	.023
9.333	3.381	7.190	4.571	-2.381	6.048	13.905	8.905	5.381
.228	.082	.175	.111	-.058	.148	.339	.217	.131
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.573**	.415**	.713**	.314*	.103	.495**	.759**	1	.338*
.000	.006	.000	.043	.517	.001	.000		.029
8.333	5.381	6.190	3.571	1.619	7.048	8.905	9.905	4.381
.203	.131	.151	.087	.039	.172	.217	.242	.107
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.245	.293	.285	.283	-.096	.312*	.350*	.338*	1
.118	.060	.068	.069	.545	.045	.023	.029	
4.667	4.976	3.238	4.214	-1.976	5.810	5.381	4.381	16.976
.114	.121	.079	.103	-.048	.142	.131	.107	.414
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.225	.214	.203	.199	.208	.230	.408**	.331*	.214
.151	.174	.197	.206	.186	.143	.007	.032	.174
4.333	3.667	2.333	3.000	4.333	4.333	6.333	4.333	3.667
.106	.089	.057	.073	.106	.106	.154	.106	.089
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.036	.185	.048	.109	-.203	.132	.016	.178	.185
.820	.240	.765	.492	.197	.405	.920	.259	.240
.667	3.048	.524	1.571	-4.048	2.381	.238	2.238	3.048
.016	.074	.013	.038	-.099	.058	.006	.055	.074
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.204	.127	.095	-.077	-.034	-.132	.179	.099	.170
.194	.423	.551	.628	.832	.404	.258	.532	.282
5.333	2.952	1.476	-1.571	-.952	-3.381	3.762	1.762	3.952
.130	.072	.036	-.038	-.023	-.082	.092	.043	.096
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.229	.184	.367*	.578**	.103	.425**	.248	.394**	.261
.144	.244	.017	.000	.517	.005	.114	.010	.095
3.333	2.381	3.190	6.571	1.619	6.048	2.905	3.905	3.381
.081	.058	.078	.160	.039	.148	.071	.095	.082
42	42	42	42	42	42	42	42	42
.228	.190	-.087	.033	.265	.033	-.081	-.029	.292
.147	.229	.583	.834	.090	.835	.612	.857	.061
5.000	3.714	-1.143	.571	6.286	.714	-1.429	-.429	5.714
.122	.091	-.028	.014	.153	.017	-.035	-.010	.139
42	42	42	42	42	42	42	42	42

.545**	.242	.523**	.480**	.049	.339*	.537**	.541**	.266
.000	.122	.000	.001	.760	.028	.000	.000	.089
235.333	93.310	134.905	162.214	22.690	143.476	187.048	159.048	102.310
5.740	2.276	3.290	3.956	.553	3.499	4.562	3.879	2.495
42	42	42	42	42	42	42	42	42

VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	skor total
.321*	.268	.000	.679**	-.113	.375*
.038	.086	1.000	.000	.478	.014
5.000	4.000	.000	8.000	-2.000	131.000
.122	.098	.000	.195	-.049	3.195
42	42	42	42	42	42
-.126	-.225	.020	-.119	.032	-.278
.427	.152	.901	.453	.843	.074
-2.000	-3.429	.429	-1.429	.571	-99.286
-.049	-.084	.010	-.035	.014	-2.422
42	42	42	42	42	42
.177	-.035	.112	.346*	.332*	.390*
.262	.825	.481	.025	.031	.011
3.000	-.571	2.571	4.429	6.429	148.286
.073	-.014	.063	.108	.157	3.617
42	42	42	42	42	42

.373*	.386*	-.190	.366*	-.084	.161
.015	.012	.228	.017	.597	.309
6.667	6.619	-4.619	4.952	-1.714	64.524
.163	.161	-.113	.121	-.042	1.574
42	42	42	42	42	42
.000	-.107	-.393*	.390*	.119	.418**
1.000	.502	.010	.011	.452	.006
.000	-1.286	-6.714	3.714	1.714	118.143
.000	-.031	-.164	.091	.042	2.882
42	42	42	42	42	42
.161	-.069	-.129	.497**	.241	.422**
.310	.665	.416	.001	.124	.005
2.667	-1.095	-2.905	6.238	4.571	157.381
.065	-.027	-.071	.152	.111	3.839
42	42	42	42	42	42
.225	.036	.204	.229	.228	.545**
.151	.820	.194	.144	.147	.000
4.333	.667	5.333	3.333	5.000	235.333
.106	.016	.130	.081	.122	5.740
42	42	42	42	42	42

.214	.185	.127	.184	.190	.242
.174	.240	.423	.244	.229	.122
3.667	3.048	2.952	2.381	3.714	93.310
.089	.074	.072	.058	.091	2.276
42	42	42	42	42	42
.203	.048	.095	.367*	-.087	.523**
.197	.765	.551	.017	.583	.000
2.333	.524	1.476	3.190	-1.143	134.905
.057	.013	.036	.078	-.028	3.290
42	42	42	42	42	42
.199	.109	-.077	.578**	.033	.480**
.206	.492	.628	.000	.834	.001
3.000	1.571	-1.571	6.571	.571	162.214
.073	.038	-.038	.160	.014	3.956
42	42	42	42	42	42
.208	-.203	-.034	.103	.265	.049
.186	.197	.832	.517	.090	.760
4.333	-4.048	-.952	1.619	6.286	22.690
.106	-.099	-.023	.039	.153	.553
42	42	42	42	42	42

.230	.132	-.132	.425**	.033	.339*
.143	.405	.404	.005	.835	.028
4.333	2.381	-3.381	6.048	.714	143.476
.106	.058	-.082	.148	.017	3.499
42	42	42	42	42	42
.408**	.016	.179	.248	-.081	.537**
.007	.920	.258	.114	.612	.000
6.333	.238	3.762	2.905	-1.429	187.048
.154	.006	.092	.071	-.035	4.562
42	42	42	42	42	42
.331*	.178	.099	.394**	-.029	.541**
.032	.259	.532	.010	.857	.000
4.333	2.238	1.762	3.905	-.429	159.048
.106	.055	.043	.095	-.010	3.879
42	42	42	42	42	42
.214	.185	.170	.261	.292	.266
.174	.240	.282	.095	.061	.089
3.667	3.048	3.952	3.381	5.714	102.310
.089	.074	.096	.082	.139	2.495
42	42	42	42	42	42

.214	.185	.170	.261	.292	.266
.174	.240	.282	.095	.061	.089
3.667	3.048	3.952	3.381	5.714	102.310
.089	.074	.096	.082	.139	2.495
42	42	42	42	42	42
1	.221	.014	.254	.101	.209
	.160	.929	.104	.524	.184
17.333	3.667	.333	3.333	2.000	81.333
.423	.089	.008	.081	.049	1.984
42	42	42	42	42	42
.221	1	.004	.099	-.287	-.047
.160		.979	.534	.066	.766
3.667	15.905	.095	1.238	-5.429	-17.619
.089	.388	.002	.030	-.132	-.430
42	42	42	42	42	42
.014	.004	1	-.070	.277	.022
.929	.979		.661	.076	.890
.333	.095	31.905	-1.238	7.429	11.619
.008	.002	.778	-.030	.181	.283
42	42	42	42	42	42

.254	.099	-.070	1	-.029	.371*
.104	.534	.661		.857	.016
3.333	1.238	-1.238	9.905	-.429	109.048
.081	.030	-.030	.242	-.010	2.660
42	42	42	42	42	42
.101	-.287	.277	-.029	1	.062
.524	.066	.076	.857		.694
2.000	-5.429	7.429	-.429	22.571	27.714
.049	-.132	.181	-.010	.551	.676
42	42	42	42	42	42
.209	-.047	.022	.371*	.062	1
.184	.766	.890	.016	.694	
81.333	-17.619	11.619	109.048	27.714	8724.976
1.984	-.430	.283	2.660	.676	212.804
42	42	42	42	42	42

D. RELIABILITAS

Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	42	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	42	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00004	2.2619	.70051	42
VAR00007	3.0952	.48437	42
VAR00016	3.3810	.62283	42
VAR00017	3.3095	.60438	42
VAR00020	3.1190	.50376	42
VAR00021	3.3333	.65020	42
VAR00022	3.3095	.56258	42
VAR00023	2.6190	.69677	42
VAR00025	3.3810	.66083	42
VAR00027	2.5000	.96903	42
VAR00032	3.0476	.69677	42

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00004	31.0952	16.381	.438	.818
VAR00007	30.2619	16.783	.589	.808
VAR00016	29.9762	16.365	.517	.810
VAR00017	30.0476	16.095	.597	.804
VAR00020	30.2381	17.503	.380	.821
VAR00021	30.0238	15.341	.706	.793
VAR00022	30.0476	16.290	.606	.804
VAR00023	30.7381	16.247	.467	.815
VAR00025	29.9762	16.170	.517	.810
VAR00027	30.8571	15.052	.448	.825
VAR00032	30.3095	16.804	.362	.825

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33.3571	19.357	4.39968	11

Reliabilitas Skala Kepercayaan Pada Penjual

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	42	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	42	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	3.0000	.66259	42
VAR00004	2.7857	.75015	42
VAR00007	2.8810	.67000	42
VAR00009	3.0000	.66259	42
VAR00011	3.0476	.73093	42
VAR00014	2.7381	.54368	42
VAR00015	2.8095	.55163	42
VAR00017	2.9524	.53885	42
VAR00021	3.0000	.49386	42
VAR00022	2.9524	.53885	42
VAR00033	2.8333	.65951	42
VAR00034	2.8810	.50376	42

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	31.8810	15.522	.626	.810
VAR00004	32.0952	16.039	.437	.827
VAR00007	32.0000	16.683	.383	.830
VAR00009	31.8810	15.815	.565	.815
VAR00011	31.8333	15.411	.572	.814
VAR00014	32.1429	17.199	.385	.829
VAR00015	32.0714	16.312	.586	.815
VAR00017	31.9286	17.239	.380	.829
VAR00021	31.8810	16.449	.633	.813
VAR00022	31.9286	16.800	.484	.822
VAR00033	32.0476	16.046	.520	.819
VAR00034	32.0000	17.317	.396	.828

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34.8810	19.229	4.38513	12

Reliabilitas Skala Persepsi Resiko

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	42	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	42	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	21.8810	14.449	.670	.853
VAR00003	21.5952	14.588	.571	.860
VAR00005	21.7381	16.247	.340	.873
VAR00006	21.5000	14.256	.664	.853
VAR00007	21.5476	14.888	.424	.874
VAR00009	21.9762	15.292	.679	.856
VAR00010	21.6667	14.764	.618	.856
VAR00012	21.4048	14.539	.506	.866
VAR00013	21.8333	14.679	.616	.856
VAR00014	21.8333	14.728	.741	.850
VAR00019	21.8333	15.167	.616	.858

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.0000	.58435	42
VAR00003	2.2857	.63575	42
VAR00005	2.1429	.47223	42
VAR00006	2.3810	.62283	42
VAR00007	2.3333	.72134	42
VAR00009	1.9048	.43108	42
VAR00010	2.2143	.56464	42
VAR00012	2.4762	.70670	42
VAR00013	2.0476	.58236	42
VAR00014	2.0476	.49151	42
VAR00019	2.0476	.49151	42

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.8810	17.766	4.21497	11

E. UJI ASUMSI

1. Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Keputusan Pembelian online	76	32.9079	5.80845	14.00	44.00
kepercayaan	76	33.3947	4.68495	19.00	44.00
persepsi resiko	76	24.5526	3.98127	16.00	35.00

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Keputusan Pembelian online	kepercayaa n	persepsi resiko
N	76	76	76
Normal Parameters ^{a,b} Mean	32.9079	33.3947	24.5526
Std. Deviation	5.80845	4.68495	3.98127
Most Extreme Differences			
Absolute	.083	.103	.108
Positive	.057	.103	.108
Negative	-.083	-.091	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z	.720	.896	.939
Asymp. Sig. (2-tailed)	.677	.398	.341

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji LInearitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keputusan Pembelian online * kepercayaan	76	100.0%	0	.0%	76	100.0%

Report

Keputusan Pembelian online

kepercayaan	Mean	N	Std. Deviation
19.00	14.0000	1	.
24.00	20.0000	1	.
26.00	27.0000	3	5.00000
27.00	28.7500	4	5.05800
28.00	28.0000	3	5.29150
29.00	26.0000	2	4.24264
30.00	29.6000	5	3.36155
31.00	31.0000	7	3.74166
32.00	35.4000	5	6.02495
33.00	33.7500	4	4.11299
34.00	31.7778	9	2.72845
35.00	35.3333	12	3.28449
36.00	35.2500	4	2.21736
37.00	41.5000	2	3.53553
38.00	35.6667	3	4.93288
39.00	38.0000	1	.
40.00	38.3333	3	5.50757
41.00	37.8000	5	4.32435
42.00	44.0000	1	.
44.00	31.0000	1	.
Total	32.9079	76	5.80845

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian online * kepercayaan	Between Groups	(Combined)	1614.850	19	84.992	5.199	.000
		Linearity	1195.356	1	1195.356	73.118	.000
		Deviation from Linearity	419.494	18	23.305	1.426	.156
		Within Groups	915.506	56	16.348		
		Total	2530.355	75			

measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Pembelian online * kepercayaan	.687	.472	.799	.638

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
kepercayaan * persepsi resiko	76	100.0%	0	.0%	76	100.0%

Report

Keputusan Pembelian online

persepsi resiko	Mean	N	Std. Deviation
16.00	44.0000	1	.
18.00	37.6667	3	3.51188
19.00	37.0000	4	7.61577
20.00	35.0000	1	.
21.00	35.4286	7	3.99404
22.00	35.3333	12	4.09730
23.00	32.8333	6	3.31160
24.00	33.1429	7	2.73426
25.00	27.7500	4	2.21736
26.00	33.7500	8	5.89794
27.00	31.8000	5	4.91935
28.00	32.5000	4	4.50925
29.00	29.4286	7	7.56873
30.00	30.0000	2	4.24264
31.00	20.0000	1	.
32.00	26.0000	1	.
33.00	31.0000	1	.
34.00	14.0000	1	.
35.00	33.0000	1	.
Total	32.9079	76	5.80845

Report

kepercayaan

persepsi resiko	Mean	N	Std. Deviation
16.00	42.0000	1	.
18.00	40.6667	3	.57735
19.00	37.7500	4	5.25198
20.00	35.0000	1	.
21.00	37.7143	7	4.07080
22.00	35.4167	12	2.27470
23.00	34.1667	6	2.31661
24.00	34.5714	7	2.57275
25.00	30.0000	4	1.82574
26.00	31.5000	8	2.44949
27.00	31.4000	5	3.57771
28.00	31.5000	4	3.31662
29.00	30.4286	7	3.64496
30.00	26.5000	2	.70711
31.00	24.0000	1	.
32.00	30.0000	1	.
33.00	31.0000	1	.
34.00	19.0000	1	.
35.00	27.0000	1	.
Total	33.3947	76	4.68495

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepercayaan * persepsi resiko	Between	(Combined)	1123.434	18	62.413	6.806	.000
	Groups	Linearity	939.072	1	939.072	102.400	.000
		Deviation from Linearity	184.362	17	10.845	1.183	.308
	Within Groups		522.724	57	9.171		

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepercayaan * persepsi resiko	Between	(Combined)	1123.434	18	62.413	6.806	.000
	Groups	Linearity	939.072	1	939.072	102.400	.000
		Deviation from Linearity	184.362	17	10.845	1.183	.308
	Within Groups		522.724	57	9.171		
	Total		1646.158	75			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kepercayaan * persepsi resiko	-.755	.570	.826	.682

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keputusan Pembelian online * persepsi resiko	76	100.0%	0	.0%	76	100.0%

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian online * persepsi resiko	Between Groups	(Combined)	1173.853	18	65.214	2.740	.002
		Linearity	701.394	1	701.394	29.472	.000
		Deviation from Linearity	472.459	17	27.792	1.168	.319
	Within Groups		1356.502	57	23.798		
Total			2530.355	75			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Pembelian online * persepsi resiko	-.526	.277	.681	.464

F. Uji Hipotesis

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian online	32.9079	5.80845	76
kepercayaan	33.3947	4.68495	76

Correlations

		Keputusan Pembelian online	kepercayaan
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian online	1.000	.687
	kepercayaan	.687	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian online	.	.000
	kepercayaan	.000	.
N	Keputusan Pembelian online	76	76
	kepercayaan	76	76

Variables Entered/Removed^b

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

a. All requested variables entered.

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kepercayaan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian online

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.687 ^a	.472	.465	4.24741	.472	66.259	1	74	.000

a. Predictors: (Constant), kepercayaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1195.356	1	1195.356	66.259	.000 ^a
	Residual	1334.999	74	18.041		
	Total	2530.355	75			

a. Predictors: (Constant), kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian online

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.451	3.530		1.261	.211
	kepercayaan	.852	.105	.687	8.140	.000

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.451	3.530		1.261	.211
	kepercayaan n	.852	.105	.687	8.140	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian online

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian online	32.9079	5.80845	76
kepercayaan	33.3947	4.68495	76
persepsi resiko	24.5526	3.98127	76

Correlations

		Keputusan Pembelian online	kepercayaan n	persepsi resiko
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian online	1.000	.687	-.526
	kepercayaan	.687	1.000	-.755
	persepsi resiko	-.526	-.755	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian online	.	.000	.000
	kepercayaan	.000	.	.000
	persepsi resiko	.000	.000	.
N	Keputusan Pembelian online	76	76	76
	kepercayaan	76	76	76

Correlations

		Keputusan Pembelian online	kepercayaan	persepsi resiko
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian online	1.000	.687	-.526
	kepercayaan	.687	1.000	-.755
	persepsi resiko	-.526	-.755	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian online	.	.000	.000
	kepercayaan	.000	.	.000
	persepsi resiko	.000	.000	.
N	Keputusan Pembelian online	76	76	76
	kepercayaan	76	76	76
	persepsi resiko	76	76	76

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	persepsi resiko, kepercayaan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.687 ^a	.473	.458	4.27590	.473	32.699	2	73	.000

a. Predictors: (Constant), persepsi resiko, kepercayaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1195.675	2	597.838	32.699	.000 ^a
	Residual	1334.680	73	18.283		
	Total	2530.355	75			

a. Predictors: (Constant), persepsi resiko, kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian online

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.601	9.399		.596	.553
	kepercayaan	.836	.161	.674	5.199	.000
	persepsi resiko	-.025	.189	-.017	-.132	.895

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian online

G. ALAT UKUR / SKALA

1. Skala *Tryout*



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA**

Assalamualaikum WR. WB

Salam sejahtera bagi kita semua, senang sekali saya bisa berjumpa dengan anda semua. Perkenalkan nama saya **Maulina Hardiyanti** Mahasiswa S1 Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga. Saya disini sedang mengadakan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir (skripsi) saya. disini saya meminta saudara/I sekalian untuk mengisi skala yang saya buat ini guna memberikan data yang berkaitan dengan penelitian saya. penelitian yang saya buat berkaitan dengan “Keputusan Pembelian Melalui Internet (*online*)” oleh mahasiswa UIN Sunan kalijaga ini.

Berkaitan dengan keakuratan data, saya mohon kepada saudara/i untuk bisa mengisi skala ini sesuai dengan pengalaman anda, sehingga data yang dihasilkan bisa mencerminkan temuan yang ada dilapangan. Demikian dari saya, atas partisipasinya saya ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum WR. WB

Peneliti

Maulina Hardiyanti

IDENTITAS

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin : L/P
- 3) Usia : Tahun
- 4) Pendidikan Sekarang :
- 5) Uang Saku per Bulan :
 - a. < 500 ribu
 - b. 500 ribu – 1 Juta
 - c. 1 juta - 2 Juta
 - d. > 2 juta
- 6) Apakah anda kuliah sambil bekerja?
 - a. Ya
 - b. Tidak
- 7) Apakah anda memperoleh penghasilan diluar uang saku dari orang tua?
 - a. Ya
 - b. tidak

Petunjuk : Berikan tanda silang (x) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Penggunaan internet

1. Saya telah berinteraksi dengan internet selama
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 – 2 tahun
 - c. 2 – 3 tahun
 - d. 3 – 4 tahun
 - e. > 4 tahun
2. Saya mengakses internet dalam seminggu rata-rata
 - a. 1 – 5 Jam
 - b. 6 – 10 Jam
 - c. 11- 15 jam
 - d. 16-20 jam
 - e. > 20 jam
3. Fasilitas yang paling sering digunakan;
 - a. Facebook
 - b. Twitter
 - c. Chating
 - d. Mailing list
 - e. kaskus
 - f. *email*

4. Apakah anda punya akun *facebook*?
 - a. Ya
 - b. Tidak

5. Apakah Anda pernah berbelanja Online:
 - a. Ya
 - b. Tidak

6. Berapa kali anda pernah berbelanja Online?
 - a. 1 kali
 - b. 2-3 kali
 - c. 4-6 kali
 - d. > 6 kali

7. Produk apa yang sering anda beli?
 - a. Pakaian
 - b. Buku
 - c. Elektronik (hp/ computer)
 - d. Asesoris (jam tangan
 - e. Lainnya (sebutkan.....)

8. Apa alasan anda berbelanja online?
 - a. Mudah
 - b. Banyak pilihan produk
 - c. Banyak pilihan harga
 - d. Efektif bagi waktu anda
 - e. Lainnya (sebutkan

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan cermat dan teliti
2. Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan anda

Keterangan :

SS : Sangat Sering

S : Sering

KK : Kadang-kadang

TP: Tidak Pernah

Skala Keputusan Pembelian Melalui Internet

No	Pernyataan	Kesesuaian Dengan Diri Anda			
		SS	S	KK	TP
1	Saya merasa membutuhkan barang untuk memenuhi kebutuhan saya	SS	S	KK	TP
<u>2</u>	Saya tidak pernah bingung memilih barang ketika berbelanja di internet	SS	S	KK	TP
<u>3</u>	Saya tidak tertarik untuk mencari informasi produk yang saya inginkan di internet	SS	S	KK	TP
4	Ketika ada iklan barang kesukaan saya di toko online saya akan membelinya	SS	S	KK	TP
5	Saya sering ingin membeli barang di toko online ketika sedang membuka-buka toko online di facebook saya	SS	S	KK	TP
6	Saya sering membaca-baca informasi produk di foto-foto yang dipajang di toko online	SS	S	KK	TP
<u>7</u>	Saya acuh terhadap barang-barang yang dijual di toko online ketika saya sedang mengakses internet	SS	S	KK	TP
8	Saya terkadang bingung dengan barang yang akan saya beli di toko online karena banyaknya varian barang yang saya sukai	SS	S	KK	TP
<u>9</u>	Saya tidak akan merekomendasikan orang untuk berbelanja secara online	SS	S	KK	TP

10	Saya sering membandingkan satu barang yang saya ingin beli di beberapa toko online yang juga menyediakannya	SS	S	KK	TP
11	Saya tidak tertarik dengan gambar ataupun ulasan produk di toko online	SS	S	KK	TP
12	Saya merekomendasikan berbelanja online pada teman karena alasan kemudahan	SS	S	KK	TP
13	Saya lebih tertarik dengan toko online yang menyertakan keterangan pada gambar produknya, karena lebih mudah mengetahui informasi produknya	SS	S	KK	TP
14	Ketika saya menginginkan produk yang jarang dipasaran, saya akan mencarinya di toko online	SS	S	KK	TP
15	Ketika ingin berbelanja online saya sering bingung karena banyak produk yang menarik saya untuk membelinya	SS	S	KK	TP
16	Saya tidak akan membeli barang secara online	SS	S	KK	TP
17	Saya tidak membutuhkan barang-barang yang dijual di toko online	SS	S	KK	TP
18	Saya akan kembali membeli barang secara online	SS	S	KK	TP
19	Ketika membeli secara online saya langsung membeli apa yang saya inginkan tanpa melihat produk atau merk lain di toko online lain	SS	S	KK	TP
20	Ketika ada promosi dari salah satu toko online saya tidak tertarik	SS	S	KK	TP
21	Saya tidak tertarik membeli melalui internet	SS	S	KK	TP
22	Saya tidak suka berbelanja di internet karena terlalu banyak produk yang ditawarkan membuat saya	SS	S	KK	TP

	bingung				
23	Saya tertarik untuk mencari informasi tentang salah satu produk yang di jual di toko online	SS	S	KK	TP
24	Ketika saya membutuhkan buku yang sulit di cari di toko buku, saya akan membelinya melalui internet	SS	S	KK	TP
<u>25</u>	Saya memutuskan untuk tidak membeli produk secara online	SS	S	KK	TP
26	saya senang melihat-lihat keterangan-keterangan produk di toko online	SS	S	KK	TP
27	Ketika muncul tren tentang suatu produk di kalangan teman-teman saya,saya akan mencarinya diinternet	SS	S	KK	TP
<u>28</u>	Saya hanya membeli apa yang saya butuhkan	SS	S	KK	TP
<u>29</u>	Saya tidak ingin mencari informasi produk di toko online	SS	S	KK	TP
30	Saya lebih suka membandingkan satu produk di beberapa toko online untuk melihat berbandingan harga	SS	S	KK	TP
<u>31</u>	Walaupun banyak produk yang ditawarkan ditoko online di facebook yang sekarang banyak beredar , saya tidak tertarik untuk melihatnya	SS	S	KK	TP
32	Menurut saya ada manfaatnya juga berbelanja di toko online karena menghemat waktu	SS	S	KK	TP

Pilihlah salah satu jawaban dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia. Pastikan tidak ada satu jawabanpun yang terlewat.

Keterangan :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS: Sangat Tidak sesuai

Skala Kepercayaan pada Penjual

No	Pernyataan	Kesesuaian Dengan Diri Anda			
		SS	S	TS	STS
1	saya merasa penjual online memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen	SS	S	TS	STS
2	Saya merasa penjual online yang akan saya beli produknya mempunyai keinginan untuk memerikan kepuasan kepada konsumen	SS	S	TS	STS
3	Saya merasa penjual online tidak bisa memberikan produk sesuai keinginan saya	SS	S	TS	STS
4	Saya merasa penjual online tidak mencantumkan kualitas produk yang sebenarnya	SS	S	TS	STS
5	Saya merasa penjual online yang saya pilih akan memenuhi keinginan saya dalam berbelanja	SS	S	TS	STS
6	Saya merasa penjual online tidak memperhatikan kepuasan konsumennya	SS	S	TS	STS
7	Saya merasa toko online yang saya kunjungi tidak terkenal	SS	S	TS	STS
8	Saya merasa toko online yang saya kunjungi mencantumkan harga yang tidak wajar dipasaran	SS	S	TS	STS
9	Penjual online telah memberikan jaminan barang yang saya beli akan sampai ditempat tujuan	SS	S	TS	STS
10	Saya yakin toko online yang saya kunjungi tidak akan mengecewakan saya	SS	S	TS	STS
11	Saya memilih toko online yang banyak pembelinya	SS	S	TS	STS
12	Saya merasa penjual online memiliki perhatian dalam menjaga kepercayaan konsumen	SS	S	TS	STS
13	Saya merasa vendor toko online tidak mahir dalam mengirimkan barang ke tempat saya	SS	S	TS	STS
14	Saya merasa penjual online tidak akan merugikan saya	SS	S	TS	STS
15	Saya percaya bahwa apa yang dikatakan penjual online tentang kualitas produknya itu benar	SS	S	TS	STS
16	Toko online yang saya akan membeli didalamnya sudah mempunyai reputasi yang baik	SS	S	TS	STS
17	Saya merasa penjual online tidak memperdulikan kepuasan pelanggannya	SS	S	TS	STS

18	Saya merasa penjual online akan kabur atau tidak bisa di hubungi lagi ketika konsumen akan komplain	SS	S	TS	STS
19	Saya bisa menerima cara bertransaksi online yang harus mentransfer uang di muka	SS	S	TS	STS
20	Vendor toko online memiliki kemampuan untuk memenuhi tanggung jawabnya	SS	S	TS	STS
21	Saya percaya penjual online akan memenuhi janjinya mengirimkan barang yang saya beli	SS	S	TS	STS
22	Saya percaya penjual online mampu menyediakan produk yang saya beli dari toko onlinenya	SS	S	TS	STS
23	Saya tidak percaya dengan pembelian barang yang dilakukan dengan cara transfer uang	SS	S	TS	STS
24	Saya merasa informasi yang diberikan penjual online mengenai kualitas barangnya terlalu berlebihan	SS	S	TS	STS
25	Saya merasa bahwa vendor toko online memiliki kemampuan yang baik dalam mengamankan transaksi.	SS	S	TS	STS
26	Saya percaya terhadap bukti transaksi yang ditampilkan di toko online	SS	S	TS	STS
27	Harga yang tercantum di toko online yang saya kunjungi sesuai dengan harga dipasaran	SS	S	TS	STS
28	Saya tidak yakin terhadap garansi yang diberikan toko online	SS	S	TS	STS
29	Saya merasa penjual online tidak berbaik hati dengan memberikan garansi produknya	SS	S	TS	STS
30	Saya merasa penjual online tidak diakui keberadaannya oleh pemerintah	SS	S	TS	STS
31	Saya merasa toko online terlalu berlebihan dalam promosi produknya	SS	S	TS	STS
32	Saya merasa Penjual toko online berpengalaman dalam pengiriman barang	SS	S	TS	STS
33	Saya beranggapan bahwa toko online akan memberikan produk sesuai spesifikasi yang di gambarkan di toko onlinenya	SS	S	TS	STS
34	Saya yakin penjual online akan memberikan pelayanan yang saling menguntungkan	SS	S	TS	STS
35	Saya merasa penjual online menyembunyikan alamat asli tokonya	SS	S	TS	STS

Pilihlah salah satu jawaban dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia. Pastikan tidak ada satu jawabanpun yang terlewat.

Keterangan :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS: Sangat Tidak Sesuai

Skala Persepsi Resiko

No	Pernyataan	Kesesuaian Dengan Diri Anda			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa setelah saya mentransferkan uang pembayaran barang yang saya beli secara online penjual tidak akan mengirimkan barangnya keada saya	SS	S	TS	STS
2	Saya merasa barang yang saya beli secara online memiliki kualitas seperti yang saya bayangkan	SS	S	TS	STS
3	Saya berfikiran bahwa toko online tidak benar-benar memiliki produk yang dipamerkan di toko mayanya	SS	S	TS	STS
4	Saya tidak berfikiran penjual online tidak akan mengirimkan barang yang sudah saya bayarkan	SS	S	TS	STS
5	Saya merasa barang yang saya pesan lewat toko online akan berfungsi sesuai dengan informasi di toko tersebut	SS	S	TS	STS
6	Saya tidak berfikiran penjual online akan menipu saya	SS	S	TS	STS
7	Saya berfikiran barang yang saya beli melalui toko online akan mengecewakan saya	SS	S	TS	STS
8	Saya berfikiran kualitas barang yang saya beli secara online tidak sebanding dengan harga yang saya bayarkan	SS	S	TS	STS
9	Saya merasa toko online tempat saya membeli barang adalah toko online palsu	SS	S	TS	STS
10	Saya merasa penjual di toko online benar-benar memberikan informasi yang sesuai tentang kualitas barangnya di toko onlinenya	SS	S	TS	STS
11	Saya tidak akan merasa stres jika produk yang	SS	S	TS	STS

	saya beli tidak sesuai dengan keinginan saya				
<u>12</u>	Saya tidak merasa penjual di toko online menjual produk yang palsu	SS	S	TS	STS
13	Saya merasa sia-sia saja membeli melalui internet karena hanya akan tertipu dan membuat malu pada teman-teman saja	SS	S	TS	STS
14	Saya tidak yakin untuk membeli online karena hanya akan merugikan saja	SS	S	TS	STS
<u>15</u>	Bagi saya berbelanja online justru menghemat uang saya karena tidak perlu keluar rumah berkendara	SS	S	TS	STS
<u>16</u>	Saya yakin untuk membeli barang yang saya inginkan melalui internet	SS	S	TS	STS
17	Saya tidak yakin membuat keputusan berbelanja melalui internet akan sesuai harapan saya atau tidak	SS	S	TS	STS
18	Ketika saya membeli barang bekas (<i>second</i>) diinternet, Saya tidak yakin barang yang saya beli tersebut masih berfungsi sebagaimana apa yang dikatakan penjualnya	SS	S	TS	STS
<u>19</u>	Saya yakin barang yang saya beli melalui internet akan dikirim sesuai permintaan saya	SS	S	TS	STS
<u>20</u>	Saya tidak keberatan jika barang yang saya beli melalui internet tidak sesuai dengan harapan saya	SS	S	TS	STS

TERIMA KASIH

2. Skala Penelitian



PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum WR. WB

Salam sejahtera bagi kita semua, senang sekali saya bisa berjumpa dengan anda semua. Perkenalkan nama saya Maulina Hardiyanti Mahasiswa S1 Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga. Saya disini sedang mengadakan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir (skripsi) saya. disini saya meminta saudara/i sekalian untuk mengisi kuesioner yang saya buat ini guna memberikan data yang berkaitan dengan penelitian saya. penelitian yang saya buat berkaitan dengan “Keputusan Pembelian Melalui Internet (*online*)” oleh mahasiswa UIN Sunan Kalijaga ini.

Berkaitan dengan keakuratan data, saya mohon kepada saudara/i untuk bisa mengisi kuesioner ini sesuai dengan pengalaman anda, sehingga data yang dihasilkan bisa mencerminkan temuan yang ada dilapangan. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi semua pihak. Demikian dari saya, atas partisipasinya saya ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum WR. WB

Peneliti

Maulina Hardiyanti

IDENTITAS

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : L/P
3. Usia : Tahun
4. Pendidikan Sekarang :
5. Uang Saku per Bulan :
 - e. < 500 ribu
 - f. 500 ribu – 1 Juta
 - g. 1 juta - 2 Juta
 - h. > 2 juta
6. Apakah anda kuliah sambil bekerja?
 - b. Ya
 - b. Tidak
7. Apakah anda memperoleh penghasilan diluar uang saku dari orang tua?
 - b. Ya
 - b. tidak

Petunjuk : Berikan tanda silang (x) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Penggunaan internet

8. Saya telah berinteraksi dengan internet selama
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 – 2 tahun
 - c. 2 – 3 tahun
 - d. 3 – 4 tahun
 - e. > 4 tahun
9. Saya mengakses internet dalam seminggu rata-rata
 - b. 1 – 5 Jam
 - b. 6 – 10 Jam
 - c. 11- 15 jam
 - e. 16-20 jam
 - e. > 20 jam
10. Fasilitas yang paling sering digunakan;
 - b. Facebook
 - b. Twitter
 - c. Chating
 - e. Mailing list
 - e. kaskus
 - f. *email*
11. Apakah anda punya akun *facebook*?
 - c. Ya
 - d. Tidak
12. Apakah Anda pernah berbelanja Online:
 - c. Ya

- d. Tidak
13. Berapa kali anda pernah berbelanja Online?
 b. 1 kali b. 2-3 kali c. 4-6 kali d. > 6 kali
14. Produk apa yang sering anda beli?
 f. Pakaian
 g. Buku
 h. Elektronik (hp/ computer)
 i. Asesoris (jam tangan
 j. Lainnya (sebutkan.....))
15. Apa alasan anda berbelanja online?
 f. Mudah
 g. Banyak pilihan produk
 h. Banyak pilihan harga
 i. Efektif bagi waktu anda
 j. Lainnya (sebutkan

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan anda

Keterangan :

SS : Sangat Sering

S : Sering

KK : Kadang-kadang

TP: Tidak Pernah

No	Pernyataan	Kesesuaian Dengan Diri Anda			
		SS	S	KK	TP
1	Ketika ada iklan barang kesukaan saya di toko online saya akan membelinya	SS	S	KK	TP
2	Saya acuh terhadap barang-barang yang dijual di toko online ketika saya sedang mengakses internet.	SS	S	KK	TP

3	Saya tidak akan membeli barang secara online.	SS	S	KK	TP
4	Saya tidak membutuhkan barang-barang yang dijual di toko online.	SS	S	KK	TP
5	Ketika ada promosi dari salah satu toko online saya tidak tertarik.	SS	S	KK	TP
6	Saya tidak tertarik membeli melalui internet.	SS	S	KK	TP
7	Saya tidak suka berbelanja di internet karena terlalu banyak produk yang ditawarkan membuat saya bingung..	SS	S	KK	TP
8	Saya tertarik untuk mencari informasi tentang salah satu produk yang di jual di toko online	SS	S	KK	TP
9	Saya memutuskan untuk tidak membeli produk secara online.	SS	S	KK	TP
10	Ketika muncul tren tentang suatu produk di kalangan teman-teman saya,saya akan mencarinya diinternet	SS	S	KK	TP
11	Menurut saya ada manfaatnya juga berbelanja di toko online karena menghemat waktu	SS	S	KK	TP

Pilihlah salah satu jawaban dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia. Pastikan tidak ada satu jawabanpun yang terlewat.

Keterangan :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS: Sangat Tidak sesuai

No	Pernyataan	Kesesuaian Dengan Diri Anda			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa penjual online tidak bisa memberikan produk sesuai keinginan saya.	SS	S	TS	STS
2	Saya merasa penjual online tidak mencantumkan kualitas produk yang sebenarnya.	SS	S	TS	STS

3	Saya merasa toko online yang saya kunjungi tidak terkenal.	SS	S	TS	STS
4	Penjual online telah memberikan jaminan barang yang saya beli akan sampai ditempat tujuan	SS	S	TS	STS
5	Saya memilih toko online yang banyak pembelinya	SS	S	TS	STS
6	Saya merasa penjual online tidak akan merugikan saya	SS	S	TS	STS
7	Saya percaya bahwa apa yang dikatakan penjual online tentang kualitas produknya itu benar	SS	S	TS	STS
8	Saya merasa penjual online tidak memperdulikan kepuasan pelanggannya.	SS	S	TS	STS
9	Saya percaya penjual online akan memenuhi janjinya mengirimkan barang yang saya beli	SS	S	TS	STS
10	Saya percaya penjual online mampu menyediakan produk yang saya beli dari toko onlinenya.	SS	S	TS	STS
11	Saya beranggapan bahwa toko online akan memberikan produk sesuai spesifikasi yang di gambarkan di toko onlinenya	SS	S	TS	STS
12	Saya yakin penjual online akan memberikan pelayanan yang saling menguntungkan	SS	S	TS	STS

Pilihlah salah satu jawaban dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang tersedia. Pastikan tidak ada satu jawabanpun yang terlewat.

Keterangan :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak sesuai

STS: Sangat Tidak Sesuai

No	Pernyataan	Kesesuaian Dengan Diri Anda			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa setelah saya mentransferkan uang pembayaran barang yang saya beli secara online penjual tidak akan mengirimkan barangnya keada saya	SS	S	TS	STS
2	Saya merasa barang yang saya beli secara online memiliki kualitas seperti yang saya	SS	S	TS	STS

	bayangkan				
3	Saya berfikir bahwa toko online tidak benar-benar memiliki produk yang dipamerkan di toko mayanya	SS	S	TS	STS
4	Saya merasa barang yang saya pesan lewat toko online akan berfungsi sesuai dengan informasi di toko tersebut.	SS	S	TS	STS
5	Saya tidak berfikir penjual online akan menipu saya.	SS	S	TS	STS
6	Saya berfikir barang yang saya beli melalui toko online akan mengecewakan saya	SS	S	TS	STS
7	Saya merasa toko online tempat saya membeli barang adalah toko online palsu	SS	S	TS	STS
8	Saya merasa penjual di toko online benar-benar memberikan informasi yang sesuai tentang kualitas barangnya di toko onlinenya.	SS	S	TS	STS
9	Saya tidak merasa penjual di toko online menjual produk yang palsu.	SS	S	TS	STS
10	Saya merasa sia-sia saja membeli melalui internet karena hanya akan tertipu dan membuat malu pada teman-teman saja	SS	S	TS	STS
11	Saya tidak yakin untuk membeli online karena hanya akan merugikan saja	SS	S	TS	STS

TERIMA KASIH