

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA*
COMPLIANCE, DAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
ONLINE SHOP EVERMOS
(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**NURUL DYAN SULISTYOWATI
NIM. 19.52.31.160**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA COMPLIANCE*,
DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *ONLINE SHOP EVERMOS*
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**

Oleh :

**NURUL DYAN SULISTYOWATI
NIM. 19.52.31.160**

Surakarta, 21 Juni 2023

**Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi**



**Rahmawati Khoiriyah, M.E.
NIP. 19921127 202012 2 022**

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : NURUL DYAN SULISTYOWATI
NIM : 195231160
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA COMPLIANCE*, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ONLINE SHOP* EVERMOS (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Surakarta)”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti atau dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 21 Juni 2023



Nurul Dyan Sulistyowati

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : NURUL DYAN SULISTYOWATI
NIM : 195231160
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA COMPLIANCE*, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ONLINE SHOP* EVERMOS (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Surakarta)”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari masyarakat Kota Surakarta. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 21 Juni 2023



Nurul Dyan Sulistyowati

Rahmawati Khoiriyah, M.E.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Nurul Dyan Sulistyowati

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nurul Dyan Sulistyowati NIM 195231160 yang berjudul:

“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA COMPLIANCE*, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ONLINE SHOP EVERMOS* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Surakarta)”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 21 Juni 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Rahmawati Khoiriyah, M.E.
NIP. 19921127 202012 2 022

PENGESAHAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA COMPLIANCE*, DAN
RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI
ONLINE SHOP EVERMOS
(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**

Oleh:

NURUL DYAN SULISTYOWATI
NIM. 19.52.31.160

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Kamis tanggal 07 September 2023 M / 21 Safar 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I
NIP. 19870828 201403 1 002





Penguji II
Fuad Hasyim, M.E.K
NIP. 19890316 201801 1 003

Penguji III
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.
NIP. 19890615 202012 1 006



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



y Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. f
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Perjalanan seribu mil dimulai dengan satu langkah”

(Lao Tzu)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

(Anis Setiyani)

PERSEMBAHAN

“Dengan mengucapkan Alhamdulillah,
Kupersembahkan karya sederhana ini untuk Bapak dan Ibu tercinta,
yang selama ini telah memberikan doa, semangat serta kasih sayang yang tulus
dan tiada ternilai besarnya”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Online Shop* Evermos (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Surakarta)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag.,M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Dr. Waluyo, Lc., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Rahmawati Khoiriyah, M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Masyarakat Kota Surakarta yang sudah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi data demi kelancaran penelitian.
9. Bapak dan Ibu tercinta terimakasih atas doa, cinta serta pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, dan selalu mendukung semua pilihan perjalanan yang telah penulis jalani selama hidup, semua usaha tidak akan pernah berhasil apabila tidak ada restu dan doa mereka.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta, 21 Juni 2023

Penulis

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of trust, sharia compliance security, and risk on purchasing decisions through the Evermos online shop in the people of Surakarta City. The type of research used is quantitative research. The sample used in this research was 100 respondents obtained using a simple random sampling method. Data collection was taken using a questionnaire via Google Form. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results of this research show that sharia compliance and risk have a positive and significant effect on purchasing decisions through the Evermos online shop. Meanwhile, trust and security do not influence purchasing decisions through the Evermos online shop.

Keywords: trust, security, sharia compliance, risk, purchasing decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keamanan *sharia compliance*, dan risiko terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 100 responden diperoleh dengan memakai metode *simple random sampling*. Pengumpulan data diambil menggunakan kuisioner melalui *google form*. Teknis analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sharia compliance* dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos. Sedangkan kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos.

Kata kunci : kepercayaan, keamanan, *sharia compliance*, risiko, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING | ii |
| SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI | iii |
| SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN | iv |
| NOTA DINAS | v |
| PENGESAHAN MUNAQASYAH | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| <i>ABSTRACT</i> | xi |
| ABSTRAK | xii |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xx |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3 Batasan Masalah | 8 |

| | | |
|---------------------------------|--|----|
| 1.4 | Rumusan Masalah | 8 |
| 1.5 | Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.6 | Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.7 | Sistematika Pembahasan..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | | 11 |
| 2.1 | Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 | <i>Online Shop</i> | 11 |
| 2.1.2 | Keputusan Pembelian | 12 |
| 2.1.3 | Kepercayaan..... | 14 |
| 2.1.4 | Keamanan | 15 |
| 2.1.5 | <i>Sharia Compliance</i> | 16 |
| 2.1.6 | Risiko..... | 17 |
| 2.2 | Penelitian Yang Relevan..... | 18 |
| 2.3 | Kerangka Penelitian..... | 21 |
| 2.4 | Pengembangan Hipotesis..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 25 |
| 3.1 | Tempat dan Waktu Penelitian | 25 |
| 3.2 | Jenis Penelitian..... | 25 |
| 3.3 | Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 25 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 25 |

| | | |
|-----------------------------------|--|----|
| 3.3.2 | Sampel | 25 |
| 3.3.3 | Teknik Pengambilan Sampel | 26 |
| 3.4 | Data dan Sumber Data | 27 |
| 3.4.1 | Data Primer | 27 |
| 3.4.2 | Data Sekunder | 27 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.5.1 | Kuisisioner..... | 27 |
| 3.5.2 | Kepustakaan..... | 28 |
| 3.6 | Variabel Penelitian | 28 |
| 3.6.1 | Variabel Independen (Variabel bebas) | 28 |
| 3.6.2 | Variabel Dependen (Variabel terikat) | 28 |
| 3.7 | Definisi Operasional Variabel..... | 29 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data | 30 |
| 3.8.1 | Uji Instrumen Penelitian | 30 |
| 3.8.2 | Uji Asumsi Klasik | 31 |
| 3.8.3 | Uji Ketetapan Model | 32 |
| 3.8.4 | Analisis Regresi Berganda..... | 33 |
| 3.8.5 | Uji Hipotesis (Uji T)..... | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 36 |
| 4.1 | Gambaran Umum | 36 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.1.1 | Gambaran Umum Aplikasi Evermos | 36 |
| 4.2.1 | Gambaran Umum Masyarakat Kota Surakarta | 37 |
| 4.2 | Hasil Analisis Data | 40 |
| 4.2.1 | Hasil Uji Instrumen | 40 |
| 1. | Uji Validitas | 40 |
| 2. | Uji Reliabilitas | 42 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 1. | Uji Normalitas | 42 |
| 2. | Uji Multikolonieritas | 43 |
| 3. | Uji Heteroskedastisitas | 44 |
| 4.2.3 | Hasil Uji Ketetapan Model | 45 |
| 1. | Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 45 |
| 2. | Uji Statistik F | 46 |
| 4.2.3 | Hasil Uji Analisis Regresi Berganda | 47 |
| 4.2.4 | Hasil Uji Hipotesis (Uji T) | 49 |
| 4.3 | Pembahasan | 51 |
| 1. | Pengaruh kepercayaan menggunakan <i>online shop</i> Evermos terhadap keputusan pembelian | 51 |
| 2. | Pengaruh keamanan menggunakan <i>online shop</i> Evermos terhadap keputusan pembelian | 53 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 3. | Pengaruh <i>sharia compliance</i> menggunakan <i>online shop</i> Evermos terhadap keputusan pembelian | 54 |
| 4. | Pengaruh risiko menggunakan <i>online shop</i> Evermos terhadap keputusan pembelian | 55 |
| BAB V PENUTUP | | 58 |
| 5.1 | Kesimpulan | 58 |
| 5.2 | Saran | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 60 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Komunitas Evermos | 3 |
| Tabel 1.2 10 Aplikasi Reseller dan Dropship Terbaik..... | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan..... | 18 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 29 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 38 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 38 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi | 39 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas | 40 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas | 42 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas..... | 43 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonieritas | 44 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 44 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) | 46 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik F | 46 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda | 47 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)..... | 49 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (1998-2022)..... | 1 |
| Gambar 1.2 Ulasan Pengguna Aplikasi Evermos pada <i>Play Store</i> | 5 |
| Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian..... | 13 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir | 21 |
| Gambar 4.1 Logo Evermos | 36 |

DAFTAR LAMPIRAN

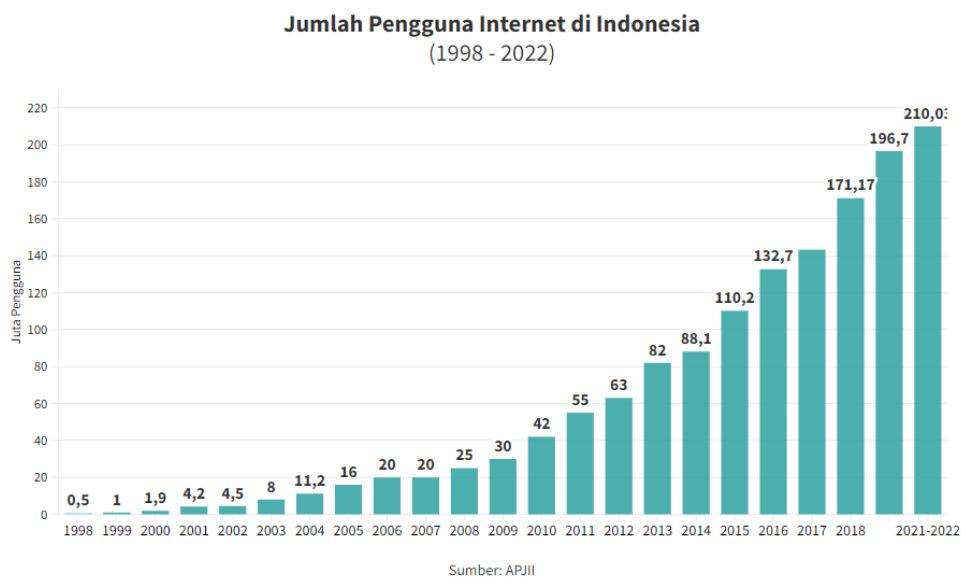
| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian | 67 |
| Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisisioner Penelitian | 71 |
| Lampiran 3: Output Olah Data SPSS..... | 89 |
| Lampiran 4 : Tabel r | 96 |
| Lampiran 5 : Titik Persentase Distribusi t..... | 99 |
| Lampiran 6 : Tabel F..... | 102 |
| Lampiran 7 : Bukti Share Link Penelitian..... | 105 |
| Lampiran 8 : Bukti Pengguna Evermos | 107 |
| Lampiran 9 : Hasil Cek Plagiasi | 108 |
| Lampiran 10 : Riwayat Hidup | 109 |

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era teknologi saat ini, ruang lingkup jaringan internet tidak terbatas dan jangkauannya sangat luas. Menggunakan internet telah menjadi cara umum untuk menjelajahi dunia maya. Dengan bantuan internet, keterbatasan jarak, biaya serta waktu dapat dengan mudah diatasi, karena internet dapat menghubungkan banyak orang, baik pengusaha maupun organisasi. Internet sudah populer di Indonesia dari tahun 1990-an hingga terus berkembang (Maskuri et al., 2019)

Gambar 1.1
Pengguna Internet di Indonesia (1998-2022)



Sumber: DataIndonesia (2022)

Menurut data di atas, pertumbuhan pengguna internet sebanyak 210,03 juta pada tahun 2021 hingga 2022. Pengguna internet melonjak menjadi 6,78% yang pada sebelumnya hanya 196,7 juta. 50,5% pengguna internet, menggunakan internet untuk mencari informasi tentang suatu *brand* atau produk. Hal ini

menunjukkan bahwa internet mempengaruhi masyarakat dalam berbelanja barang atau jasa yaitu dari belanja tradisional ke *e-commerce*.

E-commerce yaitu aktivitas jual beli produk atau jasa lewat media elektronik yang terhubung dengan internet. Penjual tidak harus mempunyai situs *e-commerce* sendiri adalah salah satu kelebihan dari berjualan melalui *marketplace*. Penjual cukup menyediakan gambar atau video, upload dan deskripsi produk. Jika ada pembeli yang membeli produk maka penjual akan mendapat notifikasi melalui sistem yang ada di *e-commerce* tersebut (Mauludiyahwati, 2017).

DSN-MUI mengeluarkan Fatwa No. 146 Tahun 2021 mengenai *Online Shop* berdasarkan prinsip syariah: 1) Struktur perjanjian jual beli disajikan secara jelas tidak ambigu serta tegas dan dipahami oleh penjual dan pembeli. 2) Ijab. 3) Qabul. 4) Ijab Qabul. 5) Dilarang melakukan *tadlis*, *tanajusy*, dan *ghisysy*. 6) Jelas spesifikasi produk dagangannya, termasuk harga, biaya pengiriman, dan perkiraan waktu pengiriman (Hani, 2022).

EVERMOS (*Everyday Need for Every Moslem*) merupakan sebuah wadah yang menjual produk Muslim Indonesia. Selain menjadi tujuan berbelanja *online*, Evermos juga menjadi *platform reseller* dan *dropship* berbasis syariah pertama di Indonesia. Evermos mempunyai visi dan misi yang besar, salah satunya adalah memberdayakan 10 juta perempuan Indonesia menjadi perempuan yang kreatif, mandiri, mampu menjalankan usaha secara mandiri dan bermanfaat bagi sesama tanpa meninggalkan perannya sebagai seorang ibu, istri, kakak dalam keluarganya (Putri & Dianita, 2021). Evermos diawasi oleh Dewan Penasihat Syariah (DPS) untuk memastikan kepatuhan syariah dalam operasi bisnis Evermos. Evermos

platform yang menghubungkan *brand* dan *reseller* untuk menjual produk terbaik asli Indonesia. Evermos dimulai dengan mimpi untuk membantu bisnis kecil dan individu bersaing dengan perusahaan besar (Abriovenandita et al., 2023).

Evermos juga menyediakan Komunitas Belajar Bisnis By Evermos serta memberikan ilmu tentang strategi penjualan hingga bagaimana cara berpromosi di media sosial. Untuk memperluas jaringan Evermos mengadakan Silaturahmi *Reseller* baik dilakukan secara *online* maupun *offline*. Kegiatan komunitas Evermos akan dipandu oleh SCS (*Sales and Community Supervisor*) yang akan menjembatani Evermos dengan para *reseller* di setiap area kecamatan. SCS akan membantu memberikan informasi kegiatan eksklusif, promo, dan program di Evermos serta memberi bimbingan gratis untuk KORI (Koordinator *Reseller*) dan *reseller*.

Tabel 1.1
Komunitas Evermos

| No | Provinsi | Jumlah Komunitas |
|----|---------------|--------------------------|
| 1. | Jawa | 1655 Komunitas Kecamatan |
| 2. | Sumatra | 651 Komunitas Kecamatan |
| 3. | Kalimantan | 511 Komunitas Kecamatan |
| 4. | Sulawesi | 284 Komunitas Kecamatan |
| 5. | Nusa Tenggara | 65 Komunitas Kecamatan |

Sumber : Aplikasi Evermos

Evermos menggunakan beragam metode pembayaran untuk mempermudah dalam bertransaksi *online* seperti pembayaran dengan gopay, shopeepay, indomaret, alfamart, transfer ATM dan melalui M-banking. Evermos juga mempunyai sistem pembayaran dengan COD (bayar di tempat). Sistem COD hanya

bisa dinikmati oleh *reseller* mulai dari kelas wiraniaga, juragan, saudagar, sultan serta berlaku untuk produk tertentu yang memiliki logo atau icon COD (Yulizad & Yeneti, 2022).

Evermos merupakan aplikasi *reseller* dan *dropship online* terbaik berdasarkan jumlah unduhan dan rating yang ada di *play store*.

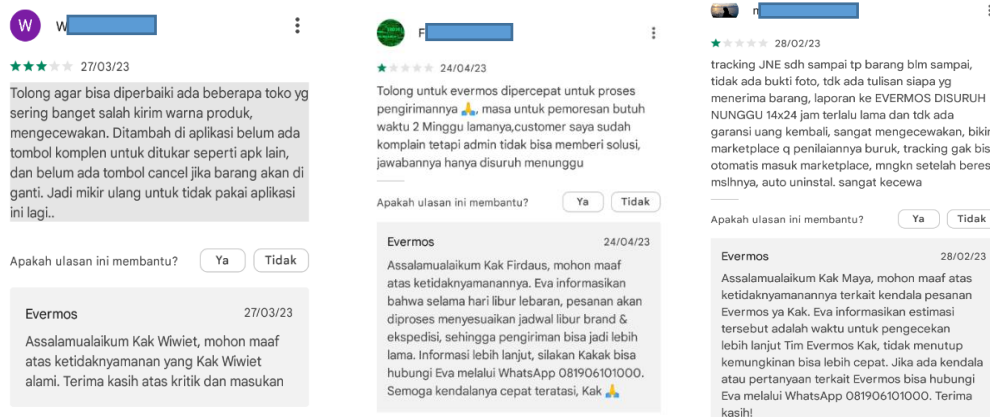
Tabel 1.2
10 Aplikasi Reseller dan Dropship Terbaik

| No | Aplikasi | Rating | Download |
|-----|-------------|--------|-------------|
| 1. | Evermos | 4,5 | 1.000.000 + |
| 2. | RateS | 4,3 | 500.000 + |
| 3. | Grosiraja | 4,3 | 500.000 + |
| 4. | Paidin | 4,7 | 100.000 + |
| 5. | Selleri | 4,6 | 100.000 + |
| 6. | Idejualan | 4,4 | 100.000 + |
| 7. | Raena | 4,2 | 100.000 + |
| 8. | Bakulio | 3,6 | 10.000 + |
| 9. | Dropshipaja | 3,1 | 10.000 + |
| 10. | Demanda | 3,9 | 50.000 + |

Sumber : Blog Evermos.com (2022)

Meskipun Evermos menerima peringkat rating yang bagus dan jumlah unduhan yang lebih tinggi daripada aplikasi *reseller* dan *dropship* lainnya, Evermos mengandung lebih banyak risiko dan ketidakpastian karena termasuk dalam *online shop* yang relatif baru.

Gambar 1.2
Ulasan Pengguna Aplikasi Evermos pada Play Store



Sumber : *Play Store*

Melihat ulasan yang ada di *play store* masih banyak konsumen yang mengeluhkan tentang aplikasi Evermos. Seperti produk yang sudah dipesan tidak segera diproses pengirimannya, produk yang diterima tidak sama dengan pesanan, serta kualitas produk tidak seperti yang seharusnya. Hal ini menyebabkan penurunan kepercayaan pada Evermos. Apabila sistem keamanan infrastruktur Evermos masih rendah, peluang kejahatan seperti penipuan, peretasan kartu kredit, dan transfer uang ilegal dari akun menjadi sangat mudah. Oleh karena itu, keamanan infrastruktur Evermos menjadi kajian penting dan serius terutama bagi para ahli komputer dan IT (Mauludiyahwati, 2017). Salah satu perilaku konsumen yaitu keputusan pembelian. Perilaku konsumen mengacu pada bagaimana seorang konsumen memilih, memperoleh, menggunakan produk atau jasa dan pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Sri Wdyanti Hastuti & Anasrulloh, 2020). Saat berbelanja, konsumen memperhatikan beberapa faktor tertentu seperti kepercayaan, keamanan, *sharia compliance* dan risiko.

Kepercayaan pelanggan terhadap *e-commerce* merupakan kunci pada *online shop*. Kepercayaan dalam jual beli secara *online* adalah kepercayaan pembeli kepada penjual dalam mengatur hubungan bisnis, yang dilandasi oleh keyakinan bahwa penjual yang terpercaya memenuhi segala kewajibannya dengan benar dan sesuai dengan harapan pembeli. Jika harapan pembeli tidak terpenuhi, kepercayaan melemah atau bahkan hilang (Yulizad & Yeneti, 2022).

Keamanan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan secara *online*. Karena saat pembelian *online* pembeli dan penjual tidak dapat bertemu langsung. Dalam sebuah sistem informasi, keamanan merupakan aspek penting. Perlindungan transaksi *online* adalah cara untuk mencegah penipuan atau mendeteksi penipuan. Informasi yang jatuh ke pihak lain bisa disalahgunakan dan menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Maka keamanan yang digunakan harus terjamin kerahasiannya (Mutiara & Wibowo, 2020).

Pemenuhan nilai *sharia compliance* merupakan aspek yang membedakan antara sistem konvensional dan sistem syariah. Secara umum, *sharia compliance* didefinisikan sebagai penerapan prinsip Islam, Syariah dan tradisi mereka dalam keuangan serta perbankan dan transaksi terkait lainnya. Kepatuhan merupakan suatu hal penting untuk mengukur kualitas layanan Syariah, karena kepatuhan pada hukum Syariah menunjukkan keberadaan seorang muslim (S. Wahyuningsih, 2016).

Risiko yaitu pandangan konsumen terhadap ketidakpastian yang akan diterima akibat pembelian sebuah produk. Pembelian secara *online* lebih berisiko terhadap kegagalan dan hal lainnya yang tentunya akan merugikan konsumen.

Kemungkinan kejadian yang dihadapi akibat pembelian secara *online* tersebut tidak dapat diketahui oleh konsumen, karena pada dasarnya setiap tindakan dalam pembelian secara *online* memiliki konsekuensi (Amanah et al., 2020).

Dalam penelitian ini peneliti akan menguji tentang pengaruh kepercayaan, keamanan, *sharia compliance*, dan risiko terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos. Dimana dalam penelitian oleh (Wardoyo & Andini, 2017) menunjukkan hasil kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian (Aini & Susanti, 2021) menunjukkan hasil kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh (Desky et al., 2022) menunjukkan hasil keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian (Sari HR et al., 2020) menunjukkan hasil keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian oleh (P. D. Kartika et al., 2021) menunjukkan hasil *sharia compliance* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian (Nisa, 2022) menunjukkan hasil *sharia compliance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh (Zulfa & Hidayati, 2018) menunjukkan hasil risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian (Yulizad & Yeneti, 2022) menunjukkan hasil risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan masalah yang sudah dijelaskan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance* dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Online Shop* Evermos”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Barang pesanan tidak segera diproses pengirimannya dan barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan, hal ini menyebabkan menurunnya kepercayaan pada Evermos.
2. Evermos sebagai saluran transaksi pemasaran yang relatif baru, menumbuhkan rasa khawatir konsumen mengenai informasi pribadi dan adanya risiko pembelian, hal tersebut menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian melalui Evermos.

1.3 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang fokus dan sesuai dengan apa yang diinginkan, maka penelitian ini difokuskan kepada pengaruh kepercayaan, keamanan, *sharia compliance* dan risiko terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos?
2. Apakah keamanan mempengaruhi keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos?

3. Apakah *sharia compliance* mempengaruhi keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos?
4. Apakah risiko mempengaruhi keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos.
2. Mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos.
3. Mengetahui pengaruh *sharia compliance* terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos.
4. Mengetahui pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini maka diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, referensi dan informasi dalam ilmu manajemen khususnya riset manajemen pemasaran serta menambah informasi tentang keputusan pembelian konsumen dalam belanja *online*.

2. Manfaat Praktis

Dapat digunakan untuk masukan dan pertimbangan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian bagi *online shop* yang terkait maupun *online shop* lainnya.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini terdapat lima bab sebagai berikut:

BAB I : latar belakang, identifikasi permasalahan, rumusan dari masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian dan metodologi penulisan.

BAB II : landasan teori, menjelaskan *online shop*, keputusan pembelian, kepercayaan, keamanan, *sharia compliance*, risiko, serta berisi penelitian yang relevan, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III : metode penelitian penjelasan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan analisis data.

BAB IV : analisis dan pembahasan data, bab ini berisi tentang uraian bahan penelitian dan responden, uji kuisisioner, deskripsi variabel penelitian, hasil dari analisis data serta pembahasan.

BAB V : penutup, mencakup kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Online Shop*

1. Pengertian *Online Shop*

Pengertian *online shop* menurut Ha et al. (2000) kegiatan jual beli konsumen melalui alat penghubung yaitu komputer. Sementara itu, definisi *online shop* menurut Efraim et al. (2005) adalah proses menjual, membeli, pertukaran produk dan jasa, informasi melalui jaringan internet.

Menurut Harisno & Pujadi (2009) *online shop* adalah aplikasi, perangkat teknologi serta sebuah proses bisnis dinamis yang menghubungkan konsumen, perusahaan, serta interaksi transaksi elektronik. Hal ini menjelaskan *online shop* tidak hanya C2C (*consumer to consumer*) yaitu konsumen dari konsumen tetapi B2B (*business to business*) yaitu perusahaan ke perusahaan atau bahkan B2C (*business to consumers*) yaitu perusahaan ke konsumen menggunakan transaksi *online*.

2. Manfaat Belanja di *Online Shop*

Menurut Juju & Maya (2010), manfaat belanja *online* bagi konsumen sebagai berikut; 1) Hemat biaya, apabila barang yang akan dibeli hanya ada di luar kota, pembeli tidak perlu membayar mahal untuk membeli barang di luar kota; 2) Produk dapat diantar ke rumah; 3) Pembayaran dapat dibayarkan melalui transfer bank; 4) Harga lebih kompetitif.

2.1.2 Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Y. Wahyuningsih & Rosyidi (2018), yaitu membeli barang dengan melalui beberapa tahapan. Keputusan pembelian menurut Jefryansyah & Muhajirin (2020) yaitu tindakan konsumen membeli suatu produk atau jasa dengan pemenuhan kebutuhan pemilihan alternatif diantara barang atau jasa yang ada.

Keputusan pembelian menurut Schiffman & Kanuk (2007) merupakan keputusan dimana suatu tindakan dipilih diantara dua pilihan. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen diantara dua atau lebih pilihan, seperti kepemilikan atas proses pembelian, metode, aktivitas, dengan mempertimbangkan faktor lain seperti barang yang dibeli, waktu membeli, dimana membeli serta cara membayarannya.

2. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Hardiyanti (2012) indikator dari keputusan pembelian yaitu:

- a. Keyakinan membeli
- b. Sesuai dengan keinginan
- c. Niat untuk membeli ulang
- d. Mempertimbangkan kualitas produk
- e. Merekomendasikan kepada orang lain

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen

Perilaku pembelian konsumen menurut Kotler & Keller (2009) yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, serta psikologis.

a. Faktor Budaya

Budaya adalah faktor yang dipengaruhi oleh dimana dia tinggal, dan pengaruh itu terus berlanjut dan berubah dari waktu ke waktu.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh suatu kelompok, keluarga, peran serta status dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

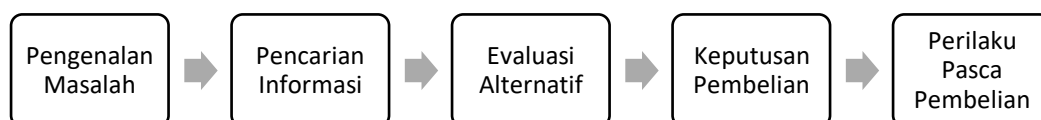
Faktor pribadi yang dipengaruhi usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologi dipengaruhi oleh motivasi, persepsi serta sikap.

4. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian

Gambar 2.1
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian



Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009)

Penjelasan oleh Kotler & Keller (2009) mengenai tahapan pengambilan keputusan pembelian ada lima tahapan yaitu:

- a. Fase identifikasi masalah, pada fase ini konsumen mulai mengenali kebutuhan. Kebutuhan ini muncul dari rangsangan internal dan eksternal.
- b. Fase pencarian informasi, konsumen dapat mencari dan mendapatkan informasi dari empat kelompok dibawah ini:
 - 1) Sumber pribadi
 - 2) Sumber komersial
 - 3) Sumber publik
 - 4) Sumber pengalaman
- c. Fase evaluasi alternatif di mana pembeli menyortir informasi persaingan antar merek dan membuat evaluasi akhir.
- d. Fase keputusan pembelian, tahapan ini konsumen melakukan pemilihan diantara merek yang ada, kemudian konsumen bebas untuk memilih merek yang diinginkan.
- e. Fase perilaku sesudah pembelian, ini yaitu tahapan terakhir pada keputusan pembelian, setelah pembelian, pembeli mungkin mengalami kesesuaian atau beberapa masalah.

2.1.3 Kepercayaan

1. Definisi Kepercayaan

Kepercayaan menurut Adi (2013) yaitu sebagai penggerak antara penjual dengan pembeli, maka muncul kepuasan konsumen sesuai yang diinginkan. Ketika konsumen benar-benar menggunakan dan mengkonsumsi produk, maka tercipta kepercayaan dan kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli, konsumen tidak akan beralih ke produk lain dengan begitu saja.

Kepercayaan menurut Mcknight et al. (2014) adalah perasaan yang diciptakan oleh pihak yang tidak saling mengenal dengan baik dalam suatu proses komunikasi ataupun transaksi. Dalam *online shop* kepercayaan yaitu dimensi yang erat kaitannya dengan keyakinan antara pembeli terhadap perantara dan penjual.

2. Indikator Kepercayaan

Indikator kepercayaan menurut Mcknight et al. (2014) adalah sebagai berikut:

- a. Kejujuran
- b. Kompetensi
- c. Informasi

2.1.4 Keamanan

1. Definisi Keamanan

Keamanan merupakan faktor terpenting dalam bisnis *online* digunakan untuk menghimbau adanya ancaman terutama saat transaksi *online*. Menjaga sistem keamanan dapat memberikan ketenangan pikiran konsumen sehingga konsumen tidak perlu khawatir menggunakan informasi pribadi saat berbelanja *online* (Achsa & Dewi, 2021).

Keamanan menurut Park & Kim (2008) adalah kemampuan *online shop* untuk memantau dan menjaga keamanan transaksi data. Keamanan adalah bagian penting dalam proses menciptakan kepercayaan karena mengurangi kegelisahan konsumen mengenai informasi diri dan transaksi data yang disalahgunakan. Jika jaminan keamanan bisa diterima konsumen serta dapat memenuhi harapan, oleh karena itu konsumen mau memberikan informasi diri dan berbelanja *online*.

2. Indikator Keamanan

Menurut Arasu & Viswanathan (2011) indikator keamanan yaitu:

- a. Jangan menyalahgunakan informasi pribadi konsumen.
- b. Memberikan perlindungan dan melindungi informasi pribadi konsumen dari peretas.
- c. Memberikan jaminan keamanan.

2.1.5 Sharia Compliance

1. Pengertian Sharia Compliance

Menurut Arifin (2012), *sharia compliance* dalam artian luas mengacu pada pelaksanaan prinsip Islam, Syariah serta praktiknya di bidang keuangan, perbankan dan industri terkait lainnya. Syariah Islam yaitu pedoman serta aturan yang diwahyukan oleh Allah SWT yang harus diikuti oleh pemeluknya untuk menciptakan kedamaian serta kebahagiaan dalam hidup. Sedangkan *compliance* merupakan dimensi paling penting guna mengukur kualitas layanan syariah, karena kepatuhan pada hukum syariah menunjukkan adanya seorang muslim (S. Wahyuningsih, 2016).

Pengetahuan seseorang mengenai syariah memunculkan ketaatan pada perintah dan larangan Allah SWT, maka seseorang akan mempunyai kepribadian yang baik dan bermoral. Yakin kepada Allah SWT memberi emosi yang stabil dan motivasi dalam menjalankan usaha bisnis. Empati terhadap kepatuhan syariah membuat hubungan dari organisasi dengan pelanggan menjadi lebih dekat, menciptakan interaksi yang bersifat positif agar kedua belah pihak diuntungkan.

2. Indikator *Sharia Compliance*

Indikator pada penelitian ini menurut S. Wahyuningsih (2016) adalah:

- a. *'Adam al-garar* yaitu bebas manipulasi
- b. Halal dan tayyib
- c. *Aadam al-mudarat* yaitu tidak memudaratkan

2.1.6 Risiko

1. Pengertian Risiko

Risiko menurut Hillson & Murray-Webster (2006) adalah suatu kondisi yang belum pasti jika terjadi memiliki efek positif atau efek negatif. Risiko mempunyai dua karakteristik yaitu ketidakpastian dan konsekuensi. Risiko tidak sama dengan ketidakpastian karena ketidakpastian tanpa konsekuensi tidak akan menimbulkan risiko.

Risiko menurut Schiffman & Kanuk (2007) adalah efek yang dapat dirasakan ketika keputusan yang dibuat tidak dapat diramalkan. Risiko diartikan ketika seseorang menilai suatu subjek dapat menimbulkan efek negatif menumbuhkan kegelisahan pada risiko yang diterima. Ketidakpastian yang dirasakan serta konsekuensi adalah dua dimensi risiko yang penting.

2. Indikator Risiko

Indikator risiko menurut Suresh & Shashikala (2011) yaitu:

- a. Risiko produk
- b. Risiko transaksi
- c. Risiko psikologis

2.2 Penelitian Yang Relevan

Penelitian terdahulu memberikan informasi yang luas tentang variabel yang terkait dengan keputusan pembelian *online*. Sehubungan dengan hasil penelitian sebelumnya tentang keputusan pembelian yang dilakukan melalui *online shop*, adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Yang Relevan

| No | Nama/Tahun/Judul | Metode penelitian | Hasil penelitian |
|----|--|--|---|
| 1. | Jefryansyah & Muhajirin (2020) Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara <i>Online</i> | a. Jenis penelitian asosiatif b. Menggunakan teknik <i>sampling purposive</i> c. 130 responden | Kepercayaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 2. | Aini & Susanti (2021) Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian di <i>Marketplace</i> | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik <i>sampling jenuh</i> c. 122 responden | Keuangan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan pada variabel keputusan pembelian. |
| 3. | Yulizad & Yeneti (2022) Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> c. 100 responden | Variabel kemudahan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |

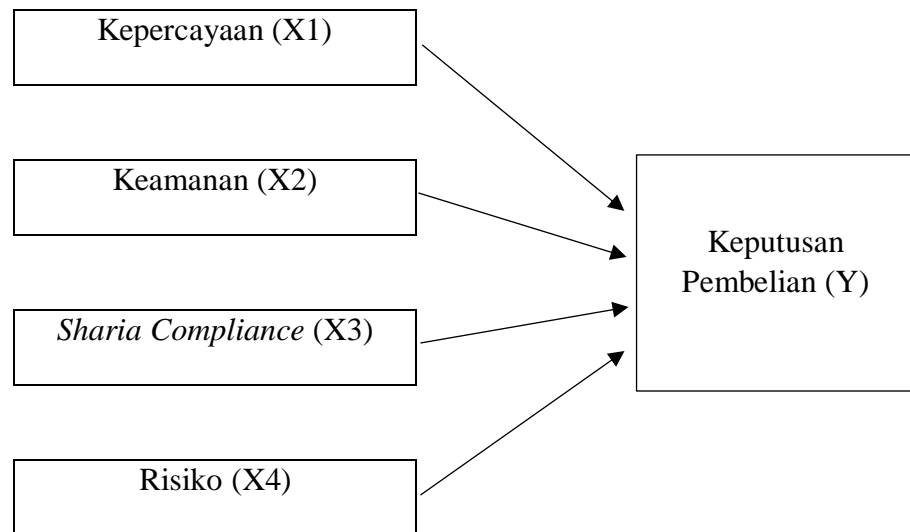
| | | | |
|----|---|--|--|
| | Keputusan Pembelian <i>Online</i> | | |
| 4. | Sarjita (2020) Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Pada Situs OLX | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> c. 60 responden | Kepercayaan dan keamanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |
| 5. | Prayudha (2019) Pengaruh Kemudahan, Risiko, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.Com | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> c. 100 responden | Kemudahan, risiko, dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 6. | Yunita et al. (2019) Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> di Buka Lapak (Studi Kasus pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo) | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik sampel jenuh c. 70 responden | Risiko, kepercayaan, dan keamanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |
| 7. | E. Kartika (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> c. 135 responden | Kepercayaan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |

| | | | |
|-----|---|--|--|
| | Konsumen <i>Marketplace</i> Shopee di Semarang | | |
| 8. | Sari HR et al. (2020) Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik <i>accidental Sampling</i> c. 100 responden | Variabel kepercayaan, keamanan, kualitas produk, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 9. | Suleman et al. (2023) The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media | a. Jenis penelitian kuantitatif b. Menggunakan teknik analisis <i>structural equation modeling</i> c. 120 responden | <i>Brand ambassador</i> dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. |
| 10. | Jusuf & Munandar (2021) The Effect of Consumers' Behavior and Perceived Risk on Purchase Decisions Among Online Shop Consumers | a. Jenis penelitian kuantitatif, desain deskriptif, dan verifikatif b. Menggunakan teknik purposive c. 100 responden | Perilaku konsumen dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian. |

2.3 Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu keputusan pembelian dan variabel independen yaitu kepercayaan, keamanan, *sharia compliance* dan risiko. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



Sumber: Sari HR et al. (2020)

2.4 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis menurut Soegiyono (2011) merupakan tanggapan sementara pada rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian disajikan dengan bentuk pertanyaan.

1. Pengaruh kepercayaan menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Menjaga hubungan antara penjual dengan konsumen dalam waktu yang lama, penjual harus mengutamakan kepuasan konsumen. Untuk mempertahankan keunggulan *online shop*, penjual harus memiliki pelanggan setia yang percaya akan

layanan *online shop*. Dalam konsep ini, kepercayaan berarti pembeli percaya pada kemampuan penjual *online*, yaitu memenuhi keinginan pelanggan agar terciptanya kepuasan saat berbelanja. Ketika konsumen benar-benar mengkonsumsi dan menggunakan produk, akan menciptakan kepercayaan serta kepuasan konsumen. Konsumen percaya dan puas dengan produk, konsumen tidak akan pergi dan beralih produk lain begitu saja. Maka antara penjual dengan pembeli harus saling percaya. Hasil penelitian (Yunita et al., 2019) menunjukkan variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis berikut diajukan dalam penelitian ini:

H1 :Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

2. Pengaruh keamanan menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Keamanan yaitu kemampuan *online shop* untuk melindungi informasi pribadi konsumen jika terjadi potensi ancaman. Kejahatan dalam internet tidak bisa dihindari, namun berkat keamanan yang terjamin, pembeli pada *online shop* diharapkan lebih aman dan tidak khawatir saat bertransaksi. Dengan ditawarkan adanya jaminan keamanan kemungkinan besar akan berdampak positif bagi berbelanja *online*. Dengan kata lain jika jaminan keamanan yang ditawarkan oleh *online shop* tersebut cukup maka akan membuat konsumen membeli secara *online*. Pernyataan tersebut didukung penelitian (Jefryansyah & Muhajirin, 2020) menunjukkan variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian. Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan, hipotesis berikut diajukan dalam penelitian ini:

H2 :Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

3. Pengaruh *sharia compliance* menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Belum banyak *online shop* yang khusus menjual produk halal serta pembayarannya dengan prinsip syariah. Mengikuti *sharia compliance* adalah hal yang sangat penting atau mendasar bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Maka *e-commerce* diharuskan beroperasi sesuai dengan prinsip Islam dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang (*riba, garar, maysir* dan barang haram) sesuai dengan persyaratan Syariah. Hasil penelitian yang dilakukan (Nisa, 2022) menunjukkan *sharia compliance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis berikut diajukan dalam penelitian ini:

H3 :*Sharia compliance* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

4. Pengaruh risiko menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Setelah pembelian dan konsumsi, konsumen menganalisis seberapa besar risiko yang mereka ambil dengan transaksi tersebut. Jika konsumen menganggap transaksi tersebut tidak berisiko, hal ini dapat mempengaruhi konsumen berbelanja *online*. Belanja *online* dapat melibatkan setidaknya tiga jenis risiko, yaitu risiko produk, risiko transaksi, dan risiko psikologis. Penelitian yang dilakukan oleh

(Yulizad & Yeneti, 2022) menunjukkan variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut diajukan dalam penelitian ini:

H4 :Risiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat Kota Surakarta yang pernah melakukan pembelian secara *online* melalui *online shop* Evermos. Jangka waktu penelitian dijadwalkan mulai dari penyusunan usulan penelitian hingga pelaksanaan laporan penelitian ini, yaitu pada bulan Oktober 2022 hingga penelitian selesai.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian bertujuan guna menjawab hipotesis yang ditentukan berdasarkan sampel atau populasi tertentu dan menggunakan instrumen penelitian tertentu, data numerik, dan analisis data statistik (Soegiyono, 2011). Metode kuantitatif meneliti variabel bebas yaitu kepercayaan, keamanan, *sharia compliance*, dan risiko dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki ciri tertentu yang ditentukan berdasarkan penelitian yang telah dipelajari serta akan ditarik kesimpulannya (Soegiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surakarta yang menggunakan Evermos.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus peneliti tidak mungkin

mempelajari semua anggota populasi, sehingga peneliti membentuk populasi yang representatif yang disebut sampel. Dengan memeriksa sampel, seorang peneliti dapat membuat kesimpulan yang dapat digeneralisasikan tentang seluruh populasi (Ferdinand, 2014). Teknik penentuan ukuran sampel yaitu dengan menggunakan metode Slovin dengan *error level* 0,1 dengan penentuan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Konstanta toleransi 10%

Maka dilakukan perhitungan sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{579.212}{(1 + (579.212 (0,1))^2)}$$

$$n = \frac{579,212}{5.793,12}$$

$$n = 99,98$$

Dari perhitungan diatas, didapatkan sampel sejumlah 99,98. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Karena menurut Roscoe (1975) ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah layak atau memadai bagi peneliti.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel merupakan sebuah proses untuk memilih sejumlah elemen dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik

pengambilan sampel yang memberikan kesempatan sama pada setiap anggota populasi guna dipilih sebagai anggota sampel (Soegiyono, 2011). Kemudian menggunakan teknik *simple random sampling*, setiap anggota populasi memperoleh kesempatan sama dan independen untuk ditetapkan sebagai sampel tanpa memperhitungkan strata yang ada dalam populasi tersebut (Soegiyono, 2011). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dikhususkan pada masyarakat Kota Surakarta yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi Evermos.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah informasi yang peneliti kumpulkan dan olah langsung dari sumbernya (Soegiyono, 2011). Data primer diperoleh dari tanggapan masyarakat Kota Surakarta yang berbelanja melalui *online shop* Evermos berupa kuisisioner *online* dalam bentuk *google form*.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari media seperti buku, jurnal, *website*, dan referensi lain yang berkaitan dengan penelitian ini (Soegiyono, 2011). Data sekunder berguna untuk melengkapi data primer.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan penulis kepada responden (Soegiyono, 2011). Daftar pertanyaan diberikan kepada konsumen, yang tujuannya

agar yang bersangkutan mau memberikan jawaban yang sesuai dengan yang diminta oleh peneliti. Dalam pengumpulan data peneliti menyebar kuisisioner melalui media sosial dan menyebar kuisisioner kepada *reseller* Evermos, dimana syarat menjadi *reseller* Evermos adalah harus melakukan pembelian minimal satu kali di Evermos, maka dari itu sudah dapat dipastikan bahwa yang mengisi kuisisioner adalah pengguna Evermos.

3.5.2 Kepustakaan

Kepustakaan berguna untuk memperoleh landasan teori yang lengkap untuk memperoleh variabel pengukur dan menganalisis hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan materi literatur, artikel, jurnal dan situs internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Independen (Variabel bebas)

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang menyebabkan perubahan variabel dependen (variabel terikat) (Soegiyono, 2011). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kepercayaan (X1), Keamanan (X2), *Sharia compliance* (X3), dan Risiko (X4).

3.6.2 Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang menjadi akibat (Soegiyono, 2011). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Sumber |
|-------------------------------|---|--|-----------------------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil konsumen dalam berbelanja | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan dalam membeli 2. Sesuai dengan keinginan 3. Memiliki niat untuk membeli ulang 4. Mempertimbangkan kualitas produk 5. Merekomendasikan kepada orang lain | (Hardiyanti, 2012) |
| Kepercayaan (X1) | Kepercayaan sebagai dorongan antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran 2. Kompetensi 3. Informasi | (Mcknight et al., 2014) |
| Keamanan (X2) | Keamanan merupakan kemampuan dari <i>online shop</i> untuk melakukan pemantauan serta menjaga keamanan data transaksi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak menyalahgunakan data pribadi konsumen 2. Menjaga dan merahasiakan data pribadi konsumen dari peretas 3. Memberikan jaminan keamanan | (Arasu & Viswanathan, 2011) |
| <i>Sharia compliance</i> (X3) | <i>Sharia compliance</i> merupakan kemampuan <i>online</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bebas manipulasi 2. Halal dan tayyib 3. Tidak memudaratkan | (S. Wahyuningsih, 2016) |

| | | | |
|-------------|---|---|-----------------------------|
| | <i>shop</i> dalam menjual produk atau jasa berdasarkan prinsip ekonomi syariah | | |
| Risiko (X4) | Risiko adalah efek yang dirasakan ketika seseorang tidak dapat memprediksi keputusan yang telah diambil | 1. Risiko produk 2. Risiko transaksi 3. Risiko psikologis | (Suresh & Shashikala, 2011) |

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2022

Variabel independen dan variabel dependen diukur dengan skala likert dan masing-masing tanggapan responden dinilai dari 1 sampai 5, dengan 5 sebagai respon tertinggi dan 1 sebagai respon terendah.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang berguna untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner (Ghozali, 2013). Dilakukan uji validitas guna mengetahui kelayakan serta ketepatan dari setiap instrumen pertanyaan dalam kuisisioner yang diberikan kepada responden sehingga variabel penelitian dapat diidentifikasi.

Adapun dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka data tersebut dinyatakan valid
- b. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka data tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa reliabel atau dapat dipercaya suatu pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini. Reliabilitas atau tingkat kepercayaan data diukur dua kali untuk gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Ghozali, 2013). Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang valid pada uji validitas kemudian ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria:

- a. Jika $\alpha > 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan maupun pernyataan tersebut reliabel
- b. Jika $\alpha < 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan maupun pernyataan tersebut tidak reliabel

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2013). Menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui data normal atau tidak. Uji *kolmogorov-smirnov* menggunakan data residual sebagai nilainya. Jika nilai *Monte Carlo Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$) dan sebaliknya jika nilai *Monte Carlo (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$).

Menurut Mehta, C.R., dan Patel (2007) program SPSS memiliki tiga kesamaan dalam pengujiannya yaitu, dapat menggunakan *exact p-value*, *monte carlo p-value*, dan *asymptotic p-value*. Kebanyakan peneliti menggunakan *asymptotic*, namun *asymptotic* ini memiliki kekurangan tertentu yang menyebabkan

hasil data tidak normal. Menurut Mehta, C.R., dan Patel (2007) kelemahan ini diakibatkan oleh *asymptotic*, terutama ketika kumpulan data berukuran kecil memiliki distribusi buruk sehingga hasil tidak akurat. Oleh karena itu selain persamaan *asymptotic*, *monte carlo* juga dapat digunakan. *Monte carlo* merupakan teknik pengambilan sampel berulang.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas berguna untuk mengetahui adakah hubungan antara satu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen. Kriteria pengujian uji multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 yang menunjukkan multikolonieritas dari variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varian residual antara pengamatan satu ke pengamatan lain. Menggunakan Uji Glejser untuk mengetahui tingkat heteroskedastisitas pada data. Jika nilai signifikansi probabilitas $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau dapat dikatakan nilai residualnya homogen yang berarti model regresi baik (Ghozali, 2013).

3.8.3 Uji Ketetapan Model

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independe. Hasil

koefisien berkisar antara 0 sampai 1, dengan nilai 1 merupakan hasil terbaik karena dapat menjelaskan nilai variabel dependen untuk semua tingkat ketuntasan variabel independen. Jika nilainya mendekati 0, berarti variabel independen menjelaskan variabel dependen kurang baik (Ghozali, 2013). Jika nilai *R Square* yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menjelaskan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013).

2. Uji Statistik F

Uji F adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama atau simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% untuk menentukan F tabel dengan rumus $F_{tabel} = (k ; n - k)$, dimana n adalah lambang jumlah sampel, sedangkan k adalah lambang jumlah variabel bebas. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui pola perubahan nilai variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen. Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Algifari, 2000). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan rata-rata variabel terikat dengan variabel bebas. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk

mengetahui seberapa besar kepercayaan, keamanan, *sharia compliance* dan risiko mempengaruhi keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos.

Adapun bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan pembelian)

α = Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$ = Koefisien variabel

$X_1X_2X_3X_4$ = Variabel Independen (Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko)

e = Error

3.8.5 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T adalah metode analisis data untuk mengetahui secara individu atau parsial pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Cara lain untuk menguji signifikansi uji t adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas memiliki berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan uji T yaitu:

- a. Nilai Signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya secara parsial setiap variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

- b. Nilai Signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima, artinya secara parsial setiap variabel bebas tidak mempunyai pengaruh signifikansi terhadap variabel terikat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum Aplikasi Evermos

1. Profil Evermos

Gambar 4.1
Logo Evermos



Sumber : evermos.com

Nama Perusahaan : EVERMOS (*Everyday Need for Every Moslem*)

Didirikan : November 2018

Nama Pendiri : 1. Arip Tirta
2. Ghufroon Mustaqim
3. Iqbal Muslimin
4. Ilham Taufiq

Alamat : Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Lb. Siliwangi, Kecamatan
Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

No. Telepon : +62 819 0610 1000

Email : info@evernos.com

Website : <https://evernos.com/>

4.2.1 Gambaran Umum Masyarakat Kota Surakarta

1. Masyarakat Kota Surakarta

Kota Surakarta atau Solo merupakan kota di Jawa Tengah, Indonesia, dengan jumlah penduduk 579.212 jiwa, kepadatan 11.861/km², dan luas 44,04/km² (<https://surakartakota.bps.go.id/>). Kota Surakarta memiliki 5 kecamatan dan 54 kelurahan. Kelurahan paling barat adalah Karangasem, Lawean, paling utara Kadipiro, Banjarsari, paling timur Jebres, Jebres, paling selatan Joyotakan, Serengan.

2. Karakteristik responden

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---------------|------------|-------------|
| Laki-laki | 8 | 8% |
| Perempuan | 92 | 92% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Responden pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Surakarta yang menggunakan *online shop* Evermos. Sesuai hasil penelitian dari kuisisioner yang terkumpul berjumlah 100, maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah 8 laki-laki dan 92 perempuan. Maka

dari itu dapat disimpulkan bahwasannya *onlin shop* Evermos paling sering digunakan oleh perempuan daripada laki-laki.

2) Usia Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Frekuensi | Persentasi |
|---------------|------------|-------------|
| 17-25 | 86 | 86% |
| 26-30 | 7 | 7% |
| 31-40 | 7 | 7% |
| >40 | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.2 terlihat karakteristik responden berdasarkan usia yaitu pada kolom pertama usia 17-25 tahun dengan frekuensi 86, usia 26-30 tahun dengan frekuensi 7, usia 31-40 tahun dengan frekuensi 7, dan usia > 40 tahun dengan frekuensi 0. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya *online shop* Evermos paling sering digunakan oleh kelompok usia 17-25 tahun.

3) Domisili Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

| Domisili | Frekuensi | Persentasi |
|-------------------|-----------|------------|
| Banjarsari | 31 | 31% |
| Jebres | 11 | 11% |

| | | |
|---------------------|------------|-------------|
| Laweyan | 32 | 32% |
| Pasar Kliwon | 17 | 17% |
| Serengan | 9 | 9% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.3 terlihat karakteristik responden berdasarkan domisili yaitu pada kecamatan Banjarsari dengan frekuensi 31, kecamatan Jebres dengan frekuensi 11, kecamatan Laweyan dengan frekuensi 32, kecamatan Pasar kliwon dengan frekuensi 17, dan kecamatan Serengan dengan frekuensi 9. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya *online shop* Evermos paling banyak digunakan oleh masyarakat Kota Surakarta kecamatan Laweyan.

4) Jumlah Transaksi Yang Dilakukan Responden

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

| Jumlah Transaksi | Frekuensi | Persentasi |
|-------------------------|------------------|-------------------|
| >1 kali | 69 | 69% |
| >5 kali | 19 | 19% |
| >10 kali | 12 | 12% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.4 terlihat karakteristik responden berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan yaitu transaksi >1 kali dengan frekuensi 69, tansaksi >5 kali dengan frekuensi 19, dan >10 kali

dengan frekuensi 12. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwasannya transaksi >1 kali paling banyak dilakukan masyarakat Kota Surakarta pada *online shop* Evermos.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menilai apakah kuisisioner valid atau tidak. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka data tersebut dinyatakan valid. Nilai r hitung dapat dilihat pada *output* SPSS kolom *Corrected-item – total corellation*, sedangkan r tabel dapat diambil dari rumus $df = N-2$ signifikan 0,05, yaitu $df = 100 - 2 = 98$ sehingga nilai r tabel yaitu 0,1966.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

| Kepercayaan (X1) | | | | |
|-------------------------|------------|-----------------|----------------|-------------------|
| No | Sub | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
| 1 | P1 | 0,834 | 0,1966 | Valid |
| 2 | P2 | 0,815 | 0,1966 | Valid |
| 3 | P3 | 0,795 | 0,1966 | Valid |
| Keamanan (X2) | | | | |
| No | Sub | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
| 1 | P1 | 0,853 | 0,1966 | Valid |
| 2 | P2 | 0,744 | 0,1966 | Valid |
| 3 | P3 | 0,799 | 0,1966 | Valid |

| Sharia Compliance (X3) | | | | |
|--------------------------------|------------|-----------------|----------------|-------------------|
| No | Sub | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
| 1 | P1 | 0,787 | 0,1966 | Valid |
| 2 | P2 | 0,828 | 0,1966 | Valid |
| 3 | P3 | 0,833 | 0,1966 | Valid |
| Risiko (X4) | | | | |
| No | Sub | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
| 1 | P1 | 0,828 | 0,1966 | Valid |
| 2 | P2 | 0,806 | 0,1966 | Valid |
| 3 | P3 | 0,676 | 0,1966 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | | | | |
| No | Sub | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
| 1 | P1 | 0,772 | 0,1966 | Valid |
| 2 | P2 | 0,835 | 0,1966 | Valid |
| 3 | P3 | 0,800 | 0,1966 | Valid |
| 4 | P4 | 0,741 | 0,1966 | Valid |
| 5 | P5 | 0,717 | 0,1966 | Valid |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer, 2023

Dari tabel 4.5 yang menunjukkan hasil bahwa semua indikator pertanyaan yang diuji memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat disimpulkan semua indikator pertanyaan dalam penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan kuisioner. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,6.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|-------------------------------|-------------------------|------------|
| Kepercayaan (X1) | 0,746 | Reliabel |
| Keamanan (X2) | 0,717 | Reliabel |
| <i>Sharia Compliance</i> (X3) | 0,748 | Reliabel |
| Risiko (X4) | 0,642 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian (Y) | 0,828 | Reliabel |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer, 2023

Dari tabel 4.6 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* variabel Kepercayaan 0,746, Keamanan 0,717, *Sharia Compliance* 0,748, Risiko 0,642, dan Keputusan Pembelian 0,828. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa pertanyaan dalam penelitian ini reliabel.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai *asymptotic Sig.(2-tailed)* yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$).

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

| Uji Normalitas | <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | Keterangan |
|--------------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| <i>Unstandardized residual</i> | 0,004 | Tidak Normal |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer,2023

Dari tabel 4.7 menunjukkan hasil dari metode *Kolmogorov-Smirnov* atas *asymptotic* menunjukkan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ sehingga menunjukkan distribusi data yang tidak normal, maka menggunakan nilai *monte carlo*. Jika nilai *Monte Carlo Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$).

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

| Uji Normalitas | <i>Monte Carlo Sig (2-tailed)</i> | Keterangan |
|--------------------------------|--|-------------------|
| <i>Unstandardized residual</i> | 0,120 | Normal |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer,2023

Dari tabel 4.8 menunjukkan hasil dari metode *Kolmogorov-Smirnov* atas *monte carlo (2-tailed)* menunjukkan nilai signifikan $0,120 > 0,05$ sehingga menunjukkan distribusi data yang normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas untuk mengetahui apakah suatu model regresi membentuk hubungan antar variabel bebas. Kriteria uji multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 yang menunjukkan multikolonieritas dari variabel independen dalam model regresi.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolonieritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|------------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Kepercayaan (X1) | 0,448 | 2,233 | Tidak terjadi multikolonieritas |
| Keamanan (X2) | 0,441 | 2,266 | Tidak terjadi multikolonieritas |
| Sharia compliance (X3) | 0,445 | 2,247 | Tidak terjadi multikolonieritas |
| Risiko (X4) | 0,604 | 1,655 | Tidak terjadi multikolonieritas |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer, 2023

Dari tabel 4.9 berdasarkan uji multikolonieritas variabel Kepercayaan didapatkan nilai *tolerance* $0,448 > 0,10$ dan nilai VIF $2,233 < 10$, variabel Keamanan nilai *tolerance* $0,441 > 0,10$ dan nilai VIF $2,266 < 10$, variabel *Sharia Compliance* nilai *tolerance* $0,445 > 0,10$ dan nilai VIF $2,247 < 10$, variabel Risiko nilai *tolerance* $0,604 > 0,10$ dan nilai VIF $1,655 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varian residual antara pengamatan satu ke pengamatan lain. Pada penelitian ini menggunakan metode glejser, suatu data dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Sig. | Signifikansi Statistik | Keterangan |
|----------|------|------------------------|------------|
|----------|------|------------------------|------------|

| | | | |
|-------------------------------|-------|------|-----------------------------------|
| Kepercayaan (X1) | 0,411 | 0,05 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Keamanan (X2) | 0,495 | 0,05 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| <i>Sharia compliance</i> (X3) | 0,079 | 0,05 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Risiko (X4) | 0,315 | 0,05 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer, 2023

Dari tabel 4.10 menunjukkan hasil variabel Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dengan nilai signifikan kepercayaan 0,411, keamanan 0,495, *sharia compliance* 0,079, dan risiko 0,315. Oleh karena itu disimpulkan hasil ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3 Hasil Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen. Hasil koefisien berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan nilai 1 merupakan hasil terbaik karena dapat menjelaskan nilai variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai yang mendekati 0 berarti variabel independen menjelaskan variabel dependen dengan kurang baik.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,784 ^a | ,615 | ,599 | 1,866 |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer, 2023

Dari tabel 4.11 disimpulkan nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,615 yang berarti pengaruh variabel Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko sebesar 61,5% sedangkan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang bukan termasuk pada penelitian ini.

2. Uji Statistik F

Uji statistik F adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Menggunakan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% untuk menentukan F tabel dengan rumus $F_{tabel} = (k; n-k)$, dimana n adalah lambang jumlah sampel, sedangkan k adalah lambang jumlah variabel bebas. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12
Hasil Uji Statistik F

| Model | Sum of | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|---------|----|-------------|--------|------|
| Regression | 528,243 | 4 | 132,061 | 37,926 | ,000 |
| Residual | 330,797 | 95 | 3,482 | | |
| Total | 859,040 | 99 | | | |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer,2023

Dari tabel 4.12 diatas maka F tabel = (k ; n-k), F tabel = (4 ; 100-4), F tabel = (4 ; 96) maka F tabel = 2,47 sedangkan F hitung = 37,926. Maka F hitung > F tabel yaitu 37,926 > 2,47, dengan nilai sig p-value = 0,000 < 0,05. Oleh karena itu disimpulkan secara bersama atau simultan variabel Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian masyarakat Kota Surakarta melalui *online shop* Evermos.

4.2.3 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

| Model | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
|--------------------------|-------|------------|------|-------|------|
| 1 (Constant) | 2,369 | 1,393 | | 1,701 | ,092 |
| Kepercayaan | ,097 | ,158 | ,058 | ,613 | ,541 |
| Keamanan | ,211 | ,166 | ,122 | 1,270 | ,207 |
| <i>Sharia Compliance</i> | ,778 | ,150 | ,496 | 5,201 | ,000 |
| Risiko | ,343 | ,121 | ,231 | 2,826 | ,006 |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer,2023

Dilihat dari tabel 4.13 dapat diperoleh persamaan garis regresi linear yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 2,369 + 0,097 X_1 + 0,211 X_2 + 0,778 X_3 + 0,343 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan pembelian)

α = Konstanta

$b_1 b_2 b_3 b_4$ = Koefisien variabel

$X_1 X_2 X_3 X_4$ = Variabel Independen (Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko)

e = Error

Dari hasil uji regresi terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari keempat variabel bebas (b_1, b_2, b_3, b_4) bertanda positif (+) yang berarti variabel Kepercayaan, Keamanan, *Sharia Compliance*, dan Risiko menyebabkan adanya pengaruh yang besar pada keputusan pembelian terhadap masyarakat Kota Surakarta melalui *online shop* Evermos. Dari persamaan tersebut dinyatakan bahwa:

1. Pada hasil uji regresi berganda didapatkan nilai konstanta (α) sebesar 2,369 yang berarti bahwa variabel independen yaitu Kepercayaan (X_1), Keamanan (X_2), *Sharia Compliance* (X_3), dan Risiko (X_4) sama dengan nol (0), maka dapat diperoleh besarnya Keputusan pembelian (Y) sebesar 2,369.
2. Pada hasil uji regresi berganda berdasarkan variabel Kepercayaan (X_1) dapat diperoleh nilai koefisiennya 0,097 maka dapat diartikan variabel Kepercayaan (X_1) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,097.
3. Pada hasil uji regresi berganda berdasarkan variabel Keamanan (X_2) dapat diperoleh nilai koefisiennya 0,211 maka dapat diartikan variabel Keamanan

- (X2) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,211.
4. Pada hasil uji regresi berganda berdasarkan variabel *Sharia Compliance* (X3) dapat diperoleh nilai koefisiennya 0,778 maka dapat diartikan variabel *Sharia Compliance* (X3) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan pembelian (Y) meningkat sebesar 0,778.
 5. Pada hasil uji regresi berganda berdasarkan variabel Risiko (X4) dapat diperoleh nilai koefisiennya 0,343 maka dapat diartikan variabel Risiko (X4) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) meningkat sebesar 0,343.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis untuk mengetahui secara individu atau parsial pengaruh yang diberikan satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji hipotesis yaitu nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka secara individu variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dimana rumus $t \text{ tabel}$ yaitu $df = n - k$, $n = \text{jumlah sampel}$, $k = \text{jumlah variabel independen}$ dan dependen. $df = n - k = (100 - 5) = 95$, sehingga nilai $t \text{ tabel}$ sebesar 1,661.

Tabel 4.14
Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

| Variabel | T hitung | T tabel | Signifikansi | Keterangan |
|-------------|----------|---------|--------------|--|
| Kepercayaan | 0,613 | 1,661 | 0,541 | Tidak berpengaruh dan tidak signifikan |

| | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|--|
| Keamanan | 1,270 | 1,661 | 0,207 | Tidak berpengaruh dan tidak signifikan |
| <i>Sharia Compliance</i> | 5,201 | 1,661 | 0,000 | Berpengaruh positif dan signifikan |
| Risiko | 2,826 | 1,661 | 0,006 | Berpengaruh positif dan signifikan |

Sumber : Output SPSS 25, Data Primer, 2023

1. Variabel Kepercayaan

Hasil dari uji t didapatkan t hitung 0,613 dan t tabel 1,661 yang berarti t hitung lebih kecil dari t tabel. Nilai signifikansi $0,541 > (0,05)$, sehingga H_0 diterima yang menjelaskan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

2. Variabel Keamanan

Hasil dari uji t didapatkan t hitung 1,270 dan t tabel 1,661 yang berarti t hitung lebih kecil dari t tabel. Nilai signifikansi $0,207 > (0,05)$, sehingga H_0 diterima yang menjelaskan keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

3. Variabel *Sharia Compliance*

Hasil dari uji t didapatkan t hitung 5,201 dan t tabel 1,661 yang berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Nilai signifikansi $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak yang menjelaskan *sharia compliance* terdapat pengaruh

yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

4. Variabel Risiko

Hasil dari uji t didapatkan t hitung 2,826 dan t tabel 1,661 yang berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Nilai signifikansi $0,006 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak yang menjelaskan risiko terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari olah data yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulannya yaitu:

1. Pengaruh kepercayaan menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis didapatkan t hitung 0,613 dan t tabel 1,661 yang berarti $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$. Nilai signifikansi $0,541 > (0,05)$, maka H_0 diterima berarti Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y). Maka hipotesis pertama ditolak. Menurut Adi (2013), kepercayaan dianggap sebagai penggerak antara penjual dengan pembeli, maka muncul kepuasan konsumen sesuai yang diinginkan. Ketika konsumen benar-benar menggunakan dan mengkonsumsi produk, maka tercipta kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta melalui *online shop* Evermos.

Kepercayaan merupakan keyakinan konsumen terhadap kemampuan dan integritas layanan *online shop*. Jika konsumen mempercayai layanan yang diberikan *online shop* Evermos, konsumen lebih cenderung untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut. Dari ulasan konsumen Evermos masih ada konsumen yang mengeluhkan tentang barang yang dipesan tidak segera diproses pengirimannya dan barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan.

Melihat dari data tabulasi kuisioner bahwa masih ada beberapa nilai yang rendah pada kepercayaan konsumen kepada para penjual di *online shop* Evermos yang memberikan pelayanan dengan cepat, hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja melalui *online shop* Evermos, begitu juga dengan kepercayaan konsumen kepada para penjual di *online shop* Evermos yang memberikan informasi yang benar pada keterangan produk masih ada beberapa nilai yang rendah, hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja melalui *online shop* Evermos.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyariningsih (2019) menunjukkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*, hal tersebut juga didukung penelitian dari Yulizad & Yeneti (2022) menunjukkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh keamanan menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Hasil uji hipotesis didapatkan t hitung 1,270 dan t tabel 1,661 yang berarti nilai t hitung $<$ t tabel. Nilai signifikansi $0,207 > (0,05)$, maka H_0 diterima berarti Keamanan (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y). Maka hipotesis kedua ditolak. Keamanan menurut Park & Kim (2008) adalah kemampuan *online shop* untuk memantau dan menjaga keamanan data.

Hasil penelitian ini keamanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta melalui *online shop* Evermos. Keamanan *online shop* diartikan sebagai kemampuan *online shop* untuk memantau dan menjaga data konsumen. Konsumen yang merasa aman dan terjamin dalam bertransaksi lebih cenderung untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut. Evermos sebagai saluran transaksi yang relatif baru menimbulkan kekhawatiran konsumen mengenai data pribadi yang harus diberikan. Aplikasi Evermos perlu data pribadi konsumen untuk upaya peningkatan dan pelayanan, adapun data yang dikumpulkan oleh Evermos yaitu lokasi, info pribadi, info keuangan, pesan, aktivitas aplikasi, info dan performa aplikasi serta ID perangkat, kemudian juga ada data yang akan dibagikan kepada perusahaan atau organisasi lain yaitu info pribadi, info keuangan, kontak, aktivitas aplikasi serta ID perangkat.

Melihat dari data tabulasi kuisioner bahwa masih ada beberapa nilai yang rendah pada *online shop* Evermos yang memiliki pengamanan yang baik

untuk melindungi data pribadi, hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja melalui *online shop* Evermos, begitu juga dengan adanya jaminan keamanan dari pihak Evermos bahwa uang yang ditransfer atau dibayar sampai pada tujuan yang tepat masih ada beberapa nilai yang rendah, hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja melalui *online shop* Evermos.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Desky et al. (2022) menunjukkan keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembeli, hal tersebut juga didukung penelitian dari Nasikah & Fuadi (2022) menunjukkan keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh *sharia compliance* menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t didapatkan t hitung 5,201 dan t tabel 1,661 yang berarti nilai t hitung > t tabel. Nilai signifikansi $0,000 < (0,05)$, maka H_0 ditolak berarti *Sharia Compliance* (X3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y). Maka hipotesis ketiga diterima. Menurut Arifin (2012), secara luas *sharia compliance* merupakan pengaplikasian dari prinsip islam, syariah dan tradisi mereka dalam transaksi keuangan dan perbankan dan transaksi terkait lainnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan *sharia compliance* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta melalui

online shop Evermos. *Sharia compliance* dapat diartikan sebagai kemampuan *online shop* dalam menjual produk untuk mematuhi serta berjalan sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Oleh karena itu, jika *online shop* Evermos menjamin kepatuhan dengan prinsip syariah, maka untuk membeli kembali produk dan jasa akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi.

Melihat dari data tabulasi kuisioner bahwa masih ada beberapa nilai yang rendah pada transaksi pada *online shop* Evermos bebas dari kemudharatan (hal-hal yang merugikan), meskipun begitu hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja di *online shop* Evermos, begitu juga dengan *online shop* Evermos bebas manipulasi masih ada beberapa nilai yang rendah, meskipun begitu hal ini tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja di *online shop* Evermos. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nisa (2022) menunjukkan *sharia compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh risiko menggunakan *online shop* Evermos terhadap keputusan pembelian

Hasil dari uji t didapatkan t hitung 2,826 dan t tabel 1,661 berarti nilai t hitung > t tabel. Nilai signifikansi $0,006 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti Risiko (X4) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y). Maka hipotesis keempat diterima. Menurut Schiffman & Kanuk (2007), risiko merupakan dampak yang dirasakan saat seseorang tidak dapat memperkirakan keputusan yang diambil sebelumnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan risiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta melalui *online shop* Evermos. Setidaknya ada tiga jenis risiko dalam berbelanja *online* yaitu, pertama risiko produk, apakah produk yang dibeli sesuai pesanan atau tidak, kedua risiko transaksi, hal-hal yang bisa merugikan konsumen saat transaksi, dan risiko psikologi, dapat terjadi selama atau setelah melakukan pembelian. Setelah membeli dan mengonsumsi, konsumen menganalisis seberapa besar risiko yang ditanggungnya dalam berbelanja *online*, hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian melalui *online shop* Evermos.

Melihat dari data tabulasi kuisioner bahwa masih ada beberapa nilai yang rendah pada adanya rasa takut jika produk yang dibeli melalui *online shop* Evermos tidak memuaskan, meskipun begitu hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja di *online shop* Evermos, begitu juga dengan *online shop* Evermos yang memberikan jaminan penukaran barang jika produk rusak atau tidak sesuai masih ada beberapa nilai yang rendah, meskipun begitu hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Surakarta untuk berbelanja di *online shop* Evermos.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yulizad & Yenet (2022) menunjukkan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian dari Yunita et al.

(2019) dengan hasil bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kepercayaan, keamanan, *sharia compliance*, dan risiko terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos pada masyarakat Kota Surakarta, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) melalui *online shop* Evermos.
2. Keamanan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) melalui *online shop* Evermos.
3. *Sharia Compliance* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) melalui *online shop* Evermos.
4. Risiko (X4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) melalui *online shop* Evermos.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos. Penjual *online shop* Evermos harus lebih memperhatikan

para konsumen dan sistem pelayanannya, dengan memprioritaskan kepuasan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada *online shop* Evermos. Selain itu, penjual juga mengirimkan barang yang diinginkan konsumen sesuai dengan kesepakatan yang sudah ditentukan. Kemudian untuk variabel keamanan yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *online shop* Evermos. Keamanan *online shop* Evermos perlu ditingkatkan lagi agar para pengguna *online shop* Evermos merasa aman dalam setiap transaksi, kapanpun dan dimanapun. Dengan meningkatkan keamanan *online shop* pihak peretas tidak dapat mencuri informasi pribadi yang dapat merugikan berbagai pihak.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, memperluas populasi dan sampel penelitian, tidak hanya masyarakat Kota Surakarta, agar hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.
- b. Alangkah baiknya bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas variabel yang diteliti. Misalnya dengan menambahkan variabel tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, fitur dan sebagainya. Dengan harapan mendapat hasil yang lebih baik.
- c. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan daftar pertanyaan pada kuisioner penelitian untuk hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abriovenandita, R., Rokhmawati, R. I., & Priharsari, D. (2023). Evaluasi User Experience dengan mengadaptasi Mecue Questionnaire pada Aplikasi Reseller (Studi Kasus pada Aplikasi Evermos). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 7221–7226.
- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Adi, R. N. (2013). *Analisa Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey)*.
- Afiah, N. (2018). Pengaruh Keamanan, Reputasi Dan Pengalaman Terhadap Trust Pengguna Internet Untuk Bertransaksi Secara Online. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(2), 58. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i2.7256>
- Aini, F. N., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(11), 991. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i11.p06>
- Algifari. (2000). *Analisis Regresi: teori, kasus, dan solusi edisi 2*. Yogyakarta.
- Amanah, D., Harahap, D. A., Gunarto, M., & Purwanto. (2020). Perceived Risk and Security in Creating Online Purchasing Decision At Marketplace In Indonesia. *Journal of Applied Bussines and Economics (JABE)*, 7(2), 167–169.
- Arasu, R., & Viswanathan, A. (2011). Web Services and E-Shopping Decisions: A Study on Malaysian E-Consumer. *International Conference on Wireless Information Networks & Business Information System(WINBIS-2011)*, 54–60.
- Arifin, Z. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Pustaka Alvabet.
- Azizah, P., & Rozza, S. (2021). *Pengaruh Islamic Brand dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Fashion Muslim di Indonesia*.

- 5(November), 94–101.
- Bayu, D. (2022). *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1812–1814.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Efrain, S., Rainer, R. K., & Potter, R. E. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi*. Wiley, 2005.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM In Online Shopping An Intergrated Model. *Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015*, 1(1), 51–90.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ha, G., Bisnis, F., Alberta, U., & Tg, K. (2000). *Pengambilan Keputusan Konsumen secara Online Lingkungan Belanja: Efek dari Alat Bantu Keputusan Interaktif*. 19(1), 4–21.
- Hani, U. (2022). *6 Tata Cara Jual Beli Online Sesuai Prinsip Syariah*.
<https://langit7.id/read/24605/1/6-tata-cara-jual-beli-online-sesuai-prinsip-syariah-1666768226>
- Hardiyanti, M. (2012). Kepercayaan pada Penjual dan Persepsi Resiko pada Keputusan Pembelian Melalui Internet. In *Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunankalijaga*.
- Harisno, H., & Pujadi, T. (2009). E-Business Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.21512/commit.v3i2.516>
- Hillson, D., & Murray-Webster, R. (2006). Managing Risk Attitude using

- Emotional Literacy. *PMI Global EMEA Proceedings*, 1–7.
- Iswandi, F. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Dan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Grand Dafam Rohan Yogyakarta)*.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30132>
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94.
<https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Joenarni, E., Ridha, M., Widyastuti, D. I., Rachmawati, E., & Abdillah, A. (2023). Mojokerto Marketplace Determinants of Product Reviews, Convenience, Trust, and Price on Purchase Decisions on Shoppe. *IJEED ((International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 06(01), 190–200.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29138/ijebd.v6i1.2156>
- Juju, D., & Maya, M. (2010). *Cara Mudah Buka Toko Online Dengan Wordpress + E-Commerce*. Yogyakarta: Andi.
- Jusuf, D. I., & Munandar, D. (2021). the Effect of Consumers' Behavior and Perceived Risk on Purchase Decisions Among Online Shop Consumers. *Trikonomika*, 20(2), 90–96.
<https://doi.org/10.23969/trikononika.v20i2.4980>
- Kartika, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Di Semarang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(1), 73–82.
<https://doi.org/10.32815/jpro.v2i1.778>
- Kartika, P. D., Agus, R., & AK, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian KPR iB Subsidi pada Bank Syariah. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 2(2), 131–139.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Liao, C., Liu, C. C., & Chen, K. (2011). Examining the impact of privacy, trust and risk perceptions beyond monetary transactions: An integrated model. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(6), 702–715.

<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2011.07.003>

- Maskuri, M. A., Kurniawan, E. N., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 139. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.348>
- Mauludiyahwati, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. 1–2.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). Model Integratif Kepercayaan Organisasi. *International Journal of Innovation Management*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.1142/S1363919618500172>
- Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2014). *Mengembangkan dan Memvalidasi Tindakan Kepercayaan untuk e-Commerce : Sebuah Tipologi Integratif*. April. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/isre.13.3.334.81>
- Mehta, C.R., and Patel, N. R. (2007). SPSS Exact Tests. *ResearchGate*, January, 1–220.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 11–14. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.
- Nisa, K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Sharia Compliance Terhadap Keputusan Bertransaksi Melalui Instragram (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang)*. 33(1), 1–12.
- Novianti, R. (2022). *10 Aplikasi Reseller Tanpa Modal Terbaik, Buat Jualan Jadi Lancar*. Blog Evermos. <https://blog.evermos.com/aplikasi-reseller-tanpa-modal/>
- Oktafiani, D. R. (2021). Analisis Penerapan Kepatuhan Syariah (Syariah Compliance) Dalam Praktek Jual Beli Online Pada Toko Duo Sister Hijab

- Kota Bengkulu. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180.
<http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Ollie. (2008). *Panduan Praktis Mendesain Template Joomla!* MediaKita.
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2008). The effect of information satisfaction and relational benefit on consumer's on-line shopping site commitments. *Contemporary Research in E-Branding*, 292–312.
<https://doi.org/10.4018/978-1-59904-813-0.ch019>
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh Persepsi Anggota Pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer's Trust Yang Berdampak Pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada BMT Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(01), 28. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i1.162>
- Prayudha, B. T. (2019). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tokopedia.Com. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–17.
- Putri, A. R., & Dianita, I. A. (2021). *Penggunaan Facebook Ads Oleh Evermos Sebagai Media Iklan Online Kepada Reseller Use of Facebook Ads By Evermos As an Online Advertising Media To Resellers*. 8(5), 71–76.
- Roscoe, J. T. (1975). *Statistik Penelitian Mendasar untuk Ilmu Perilaku, Seri Internasional dalam Proses Pengambilan Keputusan*. Holt, Rinehart dan Winston, New York.
- Sari HR, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(2), 1–11.
<https://doi.org/10.31869/me.v6i2.1816>
- Sarjita, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82.
<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Pearson Prentice Hall.
- Setyariningsih, E. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada di Kota Mojokerto. *Bisma (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 2(3), 150–164.
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–100. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Suleman, D., Suyoto, Y. T., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P. R., & Puspasari, A. (2023). The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 433–438. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.9.003>
- Sumarwan, U., Noviandi, A., & Kirbrandoko, K. (2013). *Analisis Proses Keputusan Pembelian, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik di Jabotabek (Analisis Keputusan Pembelian, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Beras Organik Di Jabodetabek)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33964/jp.v22i2.81>
- Suresh, A., & Shashikala, R. (2011). Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India. *International Conference on Information and Financial Engineering*, 12, 336–337. <http://www.ipedr.com/vol12/61-C137.pdf>
- Tambunan, B., Sihombing, H., Doloksaribu, A., & Muda, I. (2018). The effect of security transactions, easy of use, and the risk perception of interest online buying on the e-commerce tokopedia site (Study on Tokopedia.id site users in Medan city). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 420(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/420/1/012118>
- Wahyuningsih, S. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Syariah Compliance dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian*

Melalui Situs Jejaring Sosial.

- Wahyuningsih, Y., & Rosyidi, M. N. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Roti Cempaka Paciran Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manajemen (EKOMAN)*, 12(1), 1–23.
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 19(1), 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212–213. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Yulizad, M., & Yeneti, S. S. (2022). Effect Of Trust, Easy And Risk Perception On Online Purchase Decisions. *Journal of Social and Economics Research*, 4(1), 69–72.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, *SHARIA COMPLIANCE*,
DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *ONLINE SHOP EVERMOS*
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Surakarta)**

Kepada Yth.

Saudara/i

Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan segala kerendahan hati, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, saya:

Nama : NURUL DYAN SULISTYOWATI

Nim : 195231160

Dengan hormat, memohon kesediaan Saudara/i untuk membantu mengisi daftar pertanyaan yang telah disediakan. Mohon sekiranya Saudara/i mengisi kuisisioner ini dengan keadaan yang sebenarnya.

Sebelumnya peneliti mengucapkan terimakasih atas kesediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

A. Identitas Pribadi

Berikan tanda (√) pada kotak (□) jawaban sesuai dengan pilihan anda.

Nama :

No Hp :

Jenis kelamin : Perempuan Laki-laki

Usia : 17-25 25-30

31-40 > 40

Domisili : Banjarsari Jebres Laweyan

Pasar Kliwon Serengan

Berapa kali anda melakukan pembelian di online shop Evermos?

> 1 kali

> 5 kali

> 10 kali

B. Petunjuk pengisian kuisioner

Mohon dibaca setiap item pertanyaan dibawah ini dan beri tanggapan dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom jawaban yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

| | | |
|---------------------|-----|---|
| Sangat Setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Netral | N | 3 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

C. Pertanyaan

| Keputusan Pembelian | | | | | | |
|---------------------|--|----|---|---|----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya membeli produk di evermos karena evermos merupakan situs yang populer saat ini | | | | | |
| 2. | Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada <i>online shop</i> evermos karena mudah mendapatkan informasi-informasi tentang produk yang saya inginkan | | | | | |
| 3. | Saya akan membeli ulang produk di evermos karena merasa puas | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 4. | Saya yakin produk yang ditawarkan evermos berfungsi sesuai dengan spesifikasi produk yang tertera | | | | | |
| 5. | Saya merekomendasikan pembelian melalui <i>online shop</i> evermos apabila produk yang saya beli sesuai dengan yang saya harapkan | | | | | |

| Kepercayaan | | | | | | |
|-------------|--|----|---|---|----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya percaya para penjual di <i>online shop</i> evermos akan menepati janji sesuai kesepakatan transaksi | | | | | |
| 2. | Saya percaya para penjual di <i>online shop</i> evermos memberikan pelayanan dengan cepat | | | | | |
| 3. | Saya percaya para penjual di <i>online shop</i> evermos memberikan informasi yang benar pada keterangan produk | | | | | |

| Keamanan | | | | | | |
|----------|--|----|---|---|----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | <i>Online shop</i> evermos menjamin kerahasiaan data pribadi saya dalam transaksi online | | | | | |
| 2. | <i>Online shop</i> evermos memiliki pengamanan yang baik untuk melindungi data pribadi | | | | | |
| 3. | Adanya jaminan keamanan dari pihak evermos bahwa uang yang ditransfer atau dibayar sampai pada tujuan yang tepat | | | | | |

| <i>Sharia Compliance</i> | | | | | | |
|--------------------------|--|----|---|---|----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | <i>Online shop</i> evermos bebas dari manipulasi | | | | | |
| 2. | Produk yang dijual di <i>online shop</i> evermos adalah produk yang baik dan halal | | | | | |
| 3. | Transaksinya bebas dari kemudharatan (hal-hal yang merugikan) | | | | | |

| Risiko | | | | | | |
|---------------|---|----|---|---|----|-----|
| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya yakin <i>online shop</i> evermos memberikan jaminan penukaran barang (<i>refund</i>) jika produk rusak atau tidak sesuai | | | | | |
| 2. | Saya yakin waktu yang diperlukan untuk transaksi pembelian suatu produk di evermos cepat | | | | | |
| 3. | Adanya rasa takut jika produk yang dibeli melalui <i>online shop</i> evermos tidak memuaskan | | | | | |

Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisisioner Penelitian

1. Tabulasi data kuisisioner variabel kepercayaan

| Kepercayaan (X1) | | | | | Total |
|------------------|--------------|----|----|----|-------|
| No | Kecamatan | P1 | P2 | P3 | |
| 1 | Banjarsari | 3 | 5 | 4 | 12 |
| 2 | Laweyan | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 3 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 4 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 5 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 6 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 7 | Laweyan | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 8 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 9 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 10 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 11 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 12 | Pasar Kliwon | 4 | 1 | 2 | 7 |
| 13 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 14 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 15 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 16 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 17 | Serengan | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 18 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 19 | Serengan | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 20 | Banjarsari | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 21 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 22 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 23 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 24 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 25 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 26 | Banjarsari | 4 | 4 | 5 | 13 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 27 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 28 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 29 | Pasar Kliwon | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 30 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 31 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 32 | Banjarsari | 2 | 3 | 2 | 7 |
| 33 | Banjarsari | 4 | 2 | 4 | 10 |
| 34 | Banjarsari | 2 | 3 | 4 | 9 |
| 35 | Banjarsari | 1 | 3 | 4 | 8 |
| 36 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 37 | Banjarsari | 4 | 2 | 5 | 11 |
| 38 | Pasar Kliwon | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 39 | Jebres | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 40 | Banjarsari | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 41 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 42 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 43 | Banjarsari | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 44 | Banjarsari | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 45 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 46 | Serengan | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 47 | Jebres | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 48 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 49 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 50 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 51 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 52 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 53 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 54 | Laweyan | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 55 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 56 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 57 | Banjarsari | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 58 | Banjarsari | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 59 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 60 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 61 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 62 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 63 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 64 | Jebres | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 65 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 66 | Laweyan | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 67 | Banjarsari | 1 | 2 | 3 | 6 |
| 68 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 69 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 70 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 71 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 72 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 73 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 74 | Serengan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 75 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 76 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 77 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 78 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 79 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 80 | Serengan | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 81 | Pasar Kliwon | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 82 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 83 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 84 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 85 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 86 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |

| | | | | | |
|-----|--------------|---|---|---|----|
| 87 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 88 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 89 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 90 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 91 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 92 | Banjarsari | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 93 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 94 | Laweyan | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 95 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 96 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 97 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 98 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 99 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 100 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |

2. Tabulasi data kuisioner variabel keamanan

| Keamanan (X2) | | | | | Total |
|---------------|--------------|----|----|----|-------|
| No | Kecamatan | P1 | P2 | P3 | |
| 1 | Banjarsari | 3 | 4 | 5 | 12 |
| 2 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 3 | Laweyan | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 4 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 5 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 6 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 7 | Laweyan | 1 | 2 | 1 | 4 |
| 8 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 9 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 10 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 11 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 12 | Pasar Kliwon | 3 | 2 | 5 | 10 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 13 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 14 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 15 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 16 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 17 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 18 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 19 | Serengan | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 20 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 21 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 22 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 23 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 24 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 25 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 26 | Banjarsari | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 27 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 28 | Banjarsari | 3 | 4 | 2 | 9 |
| 29 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 30 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 31 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 32 | Banjarsari | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 33 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 34 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 35 | Banjarsari | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 36 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 37 | Banjarsari | 3 | 4 | 2 | 9 |
| 38 | Pasar Kliwon | 5 | 3 | 5 | 13 |
| 39 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 40 | Banjarsari | 2 | 3 | 4 | 9 |
| 41 | Laweyan | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 42 | Serengan | 3 | 4 | 3 | 10 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 43 | Banjarsari | 5 | 2 | 4 | 11 |
| 44 | Banjarsari | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 45 | Banjarsari | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 46 | Serengan | 5 | 3 | 3 | 11 |
| 47 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 48 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 49 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 50 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 51 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 52 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 53 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 54 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 55 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 56 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 57 | Banjarsari | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 58 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 59 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 60 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 61 | Laweyan | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 62 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 63 | Laweyan | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 64 | Jebres | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 65 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 66 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 67 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 68 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 69 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 70 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 71 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 72 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |

| | | | | | |
|-----|--------------|---|---|---|----|
| 73 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 74 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 75 | Pasar Kliwon | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 76 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 77 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 78 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 79 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 80 | Serengan | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 81 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 82 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 83 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 84 | Banjarsari | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 85 | Laweyan | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 86 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 87 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 88 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 89 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 90 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 91 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 92 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 93 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 94 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 95 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 96 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 97 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 98 | Jebres | 4 | 2 | 4 | 10 |
| 99 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 100 | Laweyan | 5 | 2 | 5 | 12 |

3. Tabulasi data kuisioner variabel *sharia compliance*

| <i>Sharia Compliance (X3)</i> | | | | | Total |
|-------------------------------|--------------|----|----|----|-------|
| No | Kecamatan | P1 | P2 | P3 | |
| 1 | Banjarsari | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 2 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 3 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 4 | Pasar Kliwon | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 5 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 6 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 7 | Laweyan | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 8 | Laweyan | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 9 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 10 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 11 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 12 | Pasar Kliwon | 1 | 4 | 3 | 8 |
| 13 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 14 | Jebres | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 15 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 16 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 17 | Serengan | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 18 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 19 | Serengan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 20 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 21 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 22 | Banjarsari | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 23 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 24 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 25 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 26 | Banjarsari | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 27 | Banjarsari | 3 | 4 | 3 | 10 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 28 | Banjarsari | 2 | 3 | 2 | 7 |
| 29 | Pasar Kliwon | 4 | 5 | 3 | 12 |
| 30 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 31 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 32 | Banjarsari | 3 | 4 | 2 | 9 |
| 33 | Banjarsari | 5 | 4 | 2 | 11 |
| 34 | Banjarsari | 5 | 4 | 2 | 11 |
| 35 | Banjarsari | 4 | 5 | 2 | 11 |
| 36 | Serengan | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 37 | Banjarsari | 4 | 2 | 4 | 10 |
| 38 | Pasar Kliwon | 2 | 3 | 4 | 9 |
| 39 | Jebres | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 40 | Banjarsari | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 41 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 42 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 43 | Banjarsari | 3 | 2 | 1 | 6 |
| 44 | Banjarsari | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 45 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 46 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 47 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 48 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 49 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 50 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 51 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 52 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 53 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 54 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 55 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 56 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 57 | Banjarsari | 3 | 4 | 3 | 10 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 58 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 59 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 60 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 61 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 62 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 63 | Laweyan | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 64 | Jebres | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 65 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 66 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 67 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 68 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 69 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 70 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 71 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 72 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 73 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 74 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 75 | Pasar Kliwon | 3 | 5 | 4 | 12 |
| 76 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 77 | Pasar Kliwon | 4 | 5 | 4 | 13 |
| 78 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 79 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 80 | Serengan | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 81 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 82 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 83 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 84 | Banjarsari | 3 | 5 | 5 | 13 |
| 85 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 86 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 87 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |

| | | | | | |
|-----|--------------|---|---|---|----|
| 88 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 89 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 90 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 91 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 92 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 93 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 94 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 95 | Laweyan | 3 | 4 | 2 | 9 |
| 96 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 97 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 98 | Jebres | 2 | 4 | 4 | 10 |
| 99 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 100 | Laweyan | 4 | 5 | 5 | 14 |

4. Tabulasi data kuisioner variabel risiko

| No | Kecamatan | Risiko (X4) | | | Total |
|----|--------------|-------------|----|----|-------|
| | | P1 | P2 | P3 | |
| 1 | Banjarsari | 4 | 5 | 2 | 11 |
| 2 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 3 | Laweyan | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 4 | Pasar Kliwon | 5 | 4 | 2 | 11 |
| 5 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 6 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 7 | Laweyan | 2 | 2 | 2 | 6 |
| 8 | Laweyan | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 9 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 10 | Laweyan | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 11 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 12 | Pasar Kliwon | 2 | 3 | 5 | 10 |
| 13 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 14 | Jebres | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 15 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 16 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 17 | Serengan | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 18 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 19 | Serengan | 4 | 3 | 5 | 12 |
| 20 | Banjarsari | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 21 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 22 | Banjarsari | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 23 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 24 | Laweyan | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 25 | Jebres | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 26 | Banjarsari | 5 | 4 | 3 | 12 |
| 27 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 28 | Banjarsari | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 29 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 30 | Laweyan | 4 | 4 | 1 | 9 |
| 31 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 32 | Banjarsari | 1 | 1 | 2 | 4 |
| 33 | Banjarsari | 1 | 2 | 2 | 5 |
| 34 | Banjarsari | 1 | 1 | 2 | 4 |
| 35 | Banjarsari | 2 | 3 | 4 | 9 |
| 36 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 37 | Banjarsari | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 38 | Pasar Kliwon | 5 | 3 | 5 | 13 |
| 39 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 40 | Banjarsari | 3 | 2 | 3 | 8 |
| 41 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 42 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 43 | Banjarsari | 3 | 2 | 3 | 8 |

| | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|----|
| 44 | Banjarsari | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 45 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 46 | Serengan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 47 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 48 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 49 | Laweyan | 3 | 3 | 5 | 11 |
| 50 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 51 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 52 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 53 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 54 | Laweyan | 4 | 2 | 4 | 10 |
| 55 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 56 | Jebres | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 57 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 58 | Banjarsari | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 59 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 60 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 61 | Laweyan | 3 | 4 | 5 | 12 |
| 62 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 63 | Laweyan | 5 | 4 | 3 | 12 |
| 64 | Jebres | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 65 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 66 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 67 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 68 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 69 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 70 | Banjarsari | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 71 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 72 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 73 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |

| | | | | | |
|-----|--------------|---|---|---|----|
| 74 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 75 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 5 | 11 |
| 76 | Pasar Kliwon | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 77 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 78 | Serengan | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 79 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 80 | Serengan | 5 | 3 | 5 | 13 |
| 81 | Pasar Kliwon | 5 | 4 | 3 | 12 |
| 82 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 83 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 84 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 85 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 86 | Laweyan | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 87 | Laweyan | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 88 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 89 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 90 | Laweyan | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 91 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 92 | Banjarsari | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 93 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 94 | Laweyan | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 95 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 96 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 3 | 13 |
| 97 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 98 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 99 | Banjarsari | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 100 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 15 |

5. Tabulasi data kuisioner variabel keputusan pembelian

| No | Kecamatan | Keputusan Pembelian (Y) | | | | | Total |
|----|--------------|-------------------------|----|----|----|----|-------|
| | | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | |
| 1 | Banjarsari | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 2 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 3 | Laweyan | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 4 | Pasar Kliwon | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 5 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 6 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 7 | Laweyan | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 6 |
| 8 | Laweyan | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 9 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 10 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 11 | Jebres | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 12 | Pasar Kliwon | 1 | 4 | 5 | 3 | 3 | 16 |
| 13 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 14 | Jebres | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 15 | Banjarsari | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 16 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 17 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 18 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 19 | Serengan | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 20 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 21 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 22 | Banjarsari | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 23 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 24 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 25 | Jebres | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 26 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 27 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |

| | | | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|---|---|----|
| 28 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 29 | Pasar Kliwon | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 30 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 31 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 32 | Banjarsari | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 17 |
| 33 | Banjarsari | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 16 |
| 34 | Banjarsari | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 17 |
| 35 | Banjarsari | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 16 |
| 36 | Serengan | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 37 | Banjarsari | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 18 |
| 38 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 39 | Jebres | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 40 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 41 | Laweyan | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 42 | Serengan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 43 | Banjarsari | 1 | 3 | 2 | 5 | 4 | 15 |
| 44 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 45 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 46 | Serengan | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 47 | Jebres | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 48 | Laweyan | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 49 | Laweyan | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 50 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 51 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 52 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 53 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 54 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 55 | Banjarsari | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 56 | Jebres | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 57 | Banjarsari | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |

| | | | | | | | |
|----|--------------|---|---|---|---|---|----|
| 58 | Banjarsari | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 59 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 60 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 61 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 62 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 63 | Laweyan | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64 | Jebres | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 65 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 66 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 67 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 68 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 69 | Pasar Kliwon | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 70 | Banjarsari | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 71 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 72 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 73 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 74 | Serengan | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 75 | Pasar Kliwon | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 76 | Pasar Kliwon | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 77 | Pasar Kliwon | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 78 | Serengan | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 79 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 80 | Serengan | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 21 |
| 81 | Pasar Kliwon | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 20 |
| 82 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 83 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 84 | Banjarsari | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 85 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 86 | Laweyan | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 87 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |

| | | | | | | | |
|-----|--------------|---|---|---|---|---|----|
| 88 | Pasar Kliwon | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 89 | Jebres | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 90 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 91 | Laweyan | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 92 | Banjarsari | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 93 | Banjarsari | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 94 | Laweyan | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 95 | Laweyan | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 15 |
| 96 | Pasar Kliwon | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 97 | Laweyan | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 98 | Jebres | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 16 |
| 99 | Banjarsari | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 100 | Laweyan | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |

Lampiran 3: Output Olah Data SPSS

Uji Validitas

Kepercayaan (X1)

| | | Correlations | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | Total |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | ,520** | ,497** | ,834** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | ,520** | 1 | ,469** | ,815** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | ,497** | ,469** | 1 | ,795** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | ,834** | ,815** | ,795** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Keamanan (X2)

| | | Correlations | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | Total |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | ,459** | ,583** | ,853** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | ,459** | 1 | ,330** | ,744** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,001 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | ,583** | ,330** | 1 | ,799** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,001 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | ,853** | ,744** | ,799** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

*Sharia Compliance (X3)***Correlations**

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | Total |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | ,492** | ,449** | ,787** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 | Pearson Correlation | ,492** | 1 | ,558** | ,828** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 | Pearson Correlation | ,449** | ,558** | 1 | ,833** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | ,787** | ,828** | ,833** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

*Risiko (X4)***Correlations**

| | | X4.1 | X4.2 | X4.3 | Total |
|-------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| X4.1 | Pearson Correlation | 1 | ,695** | ,248* | ,828** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,013 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X4.2 | Pearson Correlation | ,695** | 1 | ,231* | ,806** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,021 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X4.3 | Pearson Correlation | ,248* | ,231* | 1 | ,676** |
| | Sig. (2-tailed) | ,013 | ,021 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | ,828** | ,806** | ,676** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

| | | Correlations | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Total |
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | ,559** | ,569** | ,393** | ,338** | ,772** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y2 | Pearson Correlation | ,559** | 1 | ,644** | ,557** | ,470** | ,835** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y3 | Pearson Correlation | ,569** | ,644** | 1 | ,389** | ,491** | ,800** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y4 | Pearson Correlation | ,393** | ,557** | ,389** | 1 | ,583** | ,741** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y5 | Pearson Correlation | ,338** | ,470** | ,491** | ,583** | 1 | ,717** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | ,772** | ,835** | ,800** | ,741** | ,717** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Uji Reliabilitas

Kepercayaan (X1)

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,746 | 3 |

Keamanan (X2)

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,717 | 3 |

Sharia Compliance (X3)**Reliability Statistics**

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,748 | 3 |

Risiko (X4)

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,642 | 3 |

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's | |
|------------|------------|
| Alpha | N of Items |
| ,828 | 5 |

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual | |
|----------------------------------|-------------------------|----------------------------|------|
| N | | 100 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 | |
| | Std. Deviation | 1,82794659 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,112 | |
| | Positive | ,058 | |
| | Negative | -,112 | |
| Test Statistic | | ,112 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,004 ^c | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | ,120 ^d | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | ,036 |
| | | Upper Bound | ,204 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 100 sampled tables with starting seed 299883525.

Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|--------------------------------|------------|------------------------------|-------|------|----------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 2,369 | 1,393 | | 1,701 | ,092 | | |
| | X1 | ,097 | ,158 | ,058 | ,613 | ,541 | ,448 | 2,233 |
| | X2 | ,211 | ,166 | ,122 | 1,270 | ,207 | ,441 | 2,266 |
| | X3 | ,778 | ,150 | ,496 | 5,201 | ,000 | ,445 | 2,247 |
| | X4 | ,343 | ,121 | ,231 | 2,826 | ,006 | ,604 | 1,655 |

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| Model | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,050 | ,904 | | 2,268 | ,026 |
| | Kepercayaan (X1) | -,084 | ,102 | -,124 | -,826 | ,411 |
| | Keamanan (X2) | -,074 | ,108 | -,103 | -,685 | ,495 |
| | Sharia Compliance (X3) | ,172 | ,097 | ,267 | 1,775 | ,079 |
| | Risiko (X4) | -,080 | ,079 | -,130 | -1,011 | ,315 |

a. Dependent Variable: AbsRes

Uji F

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 528,243 | 4 | 132,061 | 37,926 | ,000 ^b |
| | Residual | 330,797 | 95 | 3,482 | | |
| | Total | 859,040 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Uji Koefisien Determinasi R²

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,784 ^a | ,615 | ,599 | 1,866 |

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,369 | 1,393 | | 1,701 | ,092 |
| | X1 | ,097 | ,158 | ,058 | ,613 | ,541 |
| | X2 | ,211 | ,166 | ,122 | 1,270 | ,207 |
| | X3 | ,778 | ,150 | ,496 | 5,201 | ,000 |
| | X4 | ,343 | ,121 | ,231 | 2,826 | ,006 |

a. Dependent Variable: Y

Uji T

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 2,369 | 1,393 | | 1,701 | ,092 | | |
| | X1 | ,097 | ,158 | ,058 | ,613 | ,541 | ,448 | 2,233 |
| | X2 | ,211 | ,166 | ,122 | 1,270 | ,207 | ,441 | 2,266 |
| | X3 | ,778 | ,150 | ,496 | 5,201 | ,000 | ,445 | 2,247 |
| | X4 | ,343 | ,121 | ,231 | 2,826 | ,006 | ,604 | 1,655 |

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 4 : Tabel rTabel r untuk $df = 1 - 50$

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |

| | | | | | |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

Tabel r untuk $df = 51 - 100$

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |

| | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

Lampiran 5 : Titik Persentase Distribusi t

Titik Persentase Distribusi t ($df = 1 - 40$)

| df | Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|-----------|
| | | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 1 | | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.82052 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |
| 25 | | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |
| 33 | | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 41 | 0.68052 | 1.30254 | 1.68288 | 2.01954 | 2.42080 | 2.70118 | 3.30127 |
| 42 | 0.68038 | 1.30204 | 1.68195 | 2.01808 | 2.41847 | 2.69807 | 3.29595 |
| 43 | 0.68024 | 1.30155 | 1.68107 | 2.01669 | 2.41625 | 2.69510 | 3.29089 |
| 44 | 0.68011 | 1.30109 | 1.68023 | 2.01537 | 2.41413 | 2.69228 | 3.28607 |
| 45 | 0.67998 | 1.30065 | 1.67943 | 2.01410 | 2.41212 | 2.68959 | 3.28148 |
| 46 | 0.67986 | 1.30023 | 1.67866 | 2.01290 | 2.41019 | 2.68701 | 3.27710 |
| 47 | 0.67975 | 1.29982 | 1.67793 | 2.01174 | 2.40835 | 2.68456 | 3.27291 |
| 48 | 0.67964 | 1.29944 | 1.67722 | 2.01063 | 2.40658 | 2.68220 | 3.26891 |
| 49 | 0.67953 | 1.29907 | 1.67655 | 2.00958 | 2.40489 | 2.67995 | 3.26508 |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67356 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.67890 | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.39480 | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.23680 |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.00100 | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.38330 | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.21260 |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.64790 | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.66660 | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.66600 | 1.99300 | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.29310 | 1.66571 | 1.99254 | 2.37780 | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.99210 | 2.37710 | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 – 120)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

Lampiran 6 : Tabel F

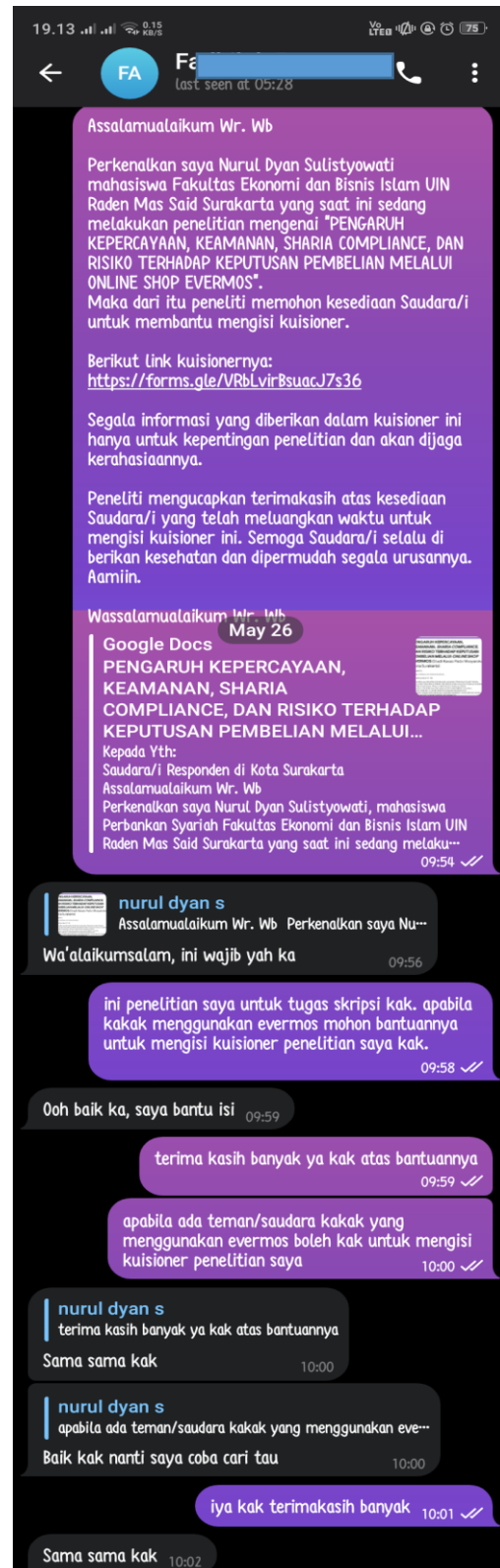
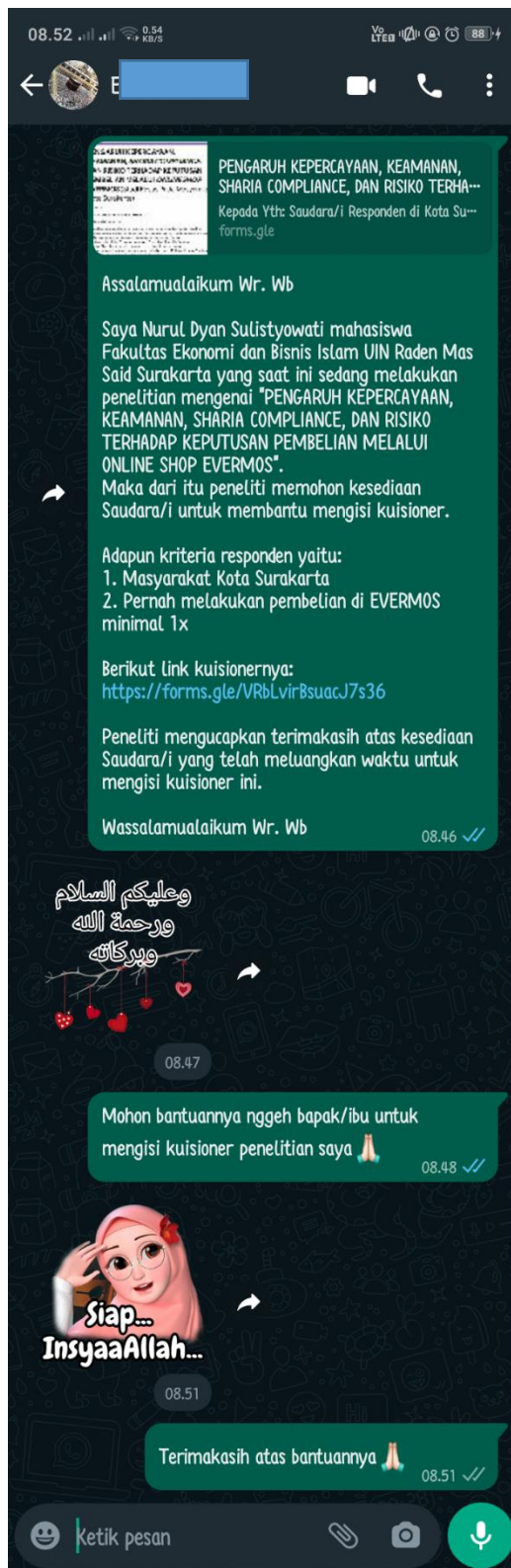
Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

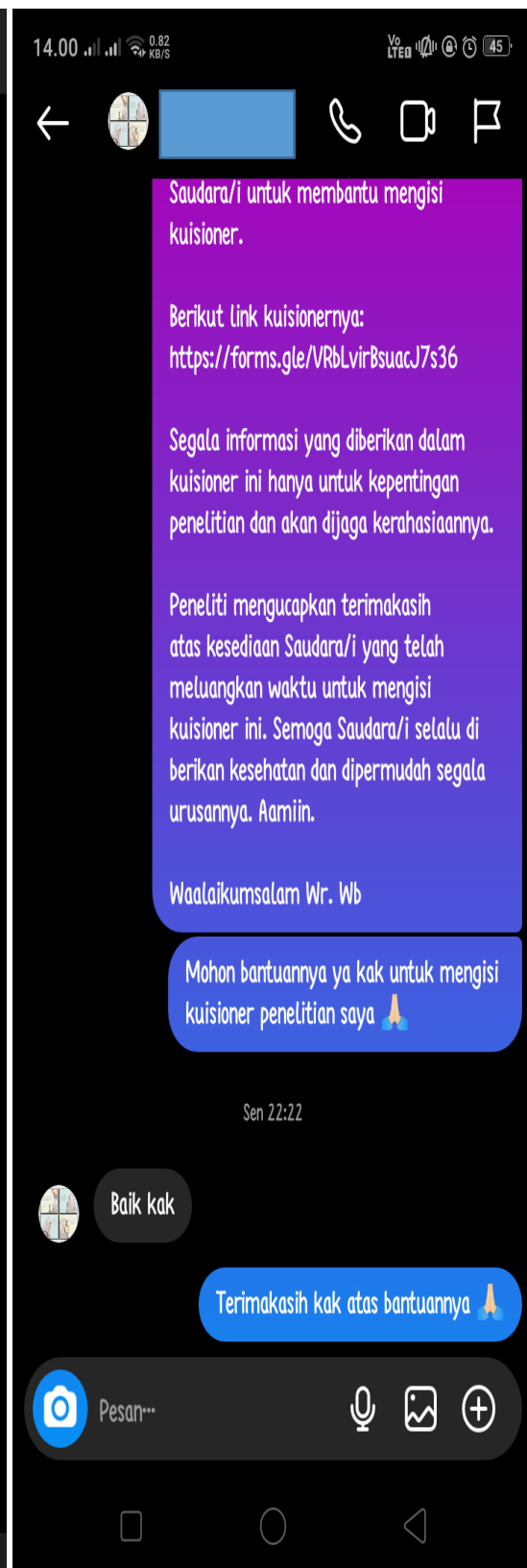
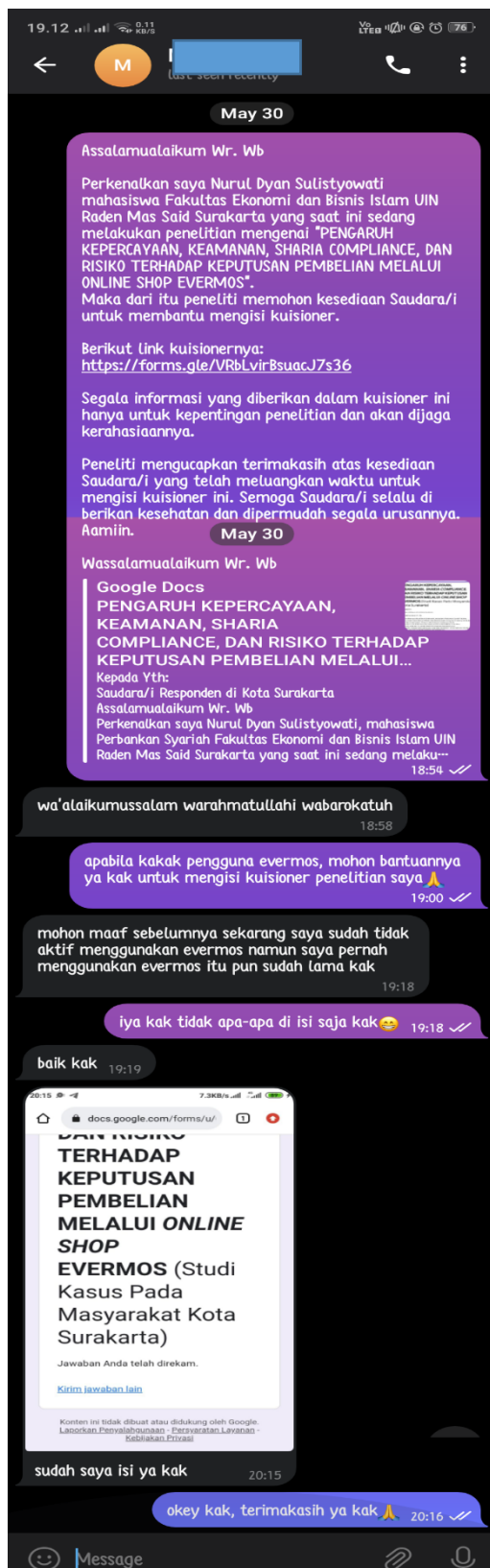
| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | 161 | 199 | 216 | 225 | 230 | 234 | 237 | 239 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 245 | 246 |
| 2 | 18.51 | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 | 19.33 | 19.35 | 19.37 | 19.38 | 19.40 | 19.40 | 19.41 | 19.42 | 19.42 | 19.43 |
| 3 | 10.13 | 9.55 | 9.28 | 9.12 | 9.01 | 8.94 | 8.89 | 8.85 | 8.81 | 8.79 | 8.76 | 8.74 | 8.73 | 8.71 | 8.70 |
| 4 | 7.71 | 6.94 | 6.59 | 6.39 | 6.26 | 6.16 | 6.09 | 6.04 | 6.00 | 5.96 | 5.94 | 5.91 | 5.89 | 5.87 | 5.86 |
| 5 | 6.61 | 5.79 | 5.41 | 5.19 | 5.05 | 4.95 | 4.88 | 4.82 | 4.77 | 4.74 | 4.70 | 4.68 | 4.66 | 4.64 | 4.62 |
| 6 | 5.99 | 5.14 | 4.76 | 4.53 | 4.39 | 4.28 | 4.21 | 4.15 | 4.10 | 4.06 | 4.03 | 4.00 | 3.98 | 3.96 | 3.94 |
| 7 | 5.59 | 4.74 | 4.35 | 4.12 | 3.97 | 3.87 | 3.79 | 3.73 | 3.68 | 3.64 | 3.60 | 3.57 | 3.55 | 3.53 | 3.51 |
| 8 | 5.32 | 4.46 | 4.07 | 3.84 | 3.69 | 3.58 | 3.50 | 3.44 | 3.39 | 3.35 | 3.31 | 3.28 | 3.26 | 3.24 | 3.22 |
| 9 | 5.12 | 4.26 | 3.86 | 3.63 | 3.48 | 3.37 | 3.29 | 3.23 | 3.18 | 3.14 | 3.10 | 3.07 | 3.05 | 3.03 | 3.01 |
| 10 | 4.96 | 4.10 | 3.71 | 3.48 | 3.33 | 3.22 | 3.14 | 3.07 | 3.02 | 2.98 | 2.94 | 2.91 | 2.89 | 2.86 | 2.85 |
| 11 | 4.84 | 3.98 | 3.59 | 3.36 | 3.20 | 3.09 | 3.01 | 2.95 | 2.90 | 2.85 | 2.82 | 2.79 | 2.76 | 2.74 | 2.72 |
| 12 | 4.75 | 3.89 | 3.49 | 3.26 | 3.11 | 3.00 | 2.91 | 2.85 | 2.80 | 2.75 | 2.72 | 2.69 | 2.66 | 2.64 | 2.62 |
| 13 | 4.67 | 3.81 | 3.41 | 3.18 | 3.03 | 2.92 | 2.83 | 2.77 | 2.71 | 2.67 | 2.63 | 2.60 | 2.58 | 2.55 | 2.53 |
| 14 | 4.60 | 3.74 | 3.34 | 3.11 | 2.96 | 2.85 | 2.76 | 2.70 | 2.65 | 2.60 | 2.57 | 2.53 | 2.51 | 2.48 | 2.46 |
| 15 | 4.54 | 3.68 | 3.29 | 3.06 | 2.90 | 2.79 | 2.71 | 2.64 | 2.59 | 2.54 | 2.51 | 2.48 | 2.45 | 2.42 | 2.40 |
| 16 | 4.49 | 3.63 | 3.24 | 3.01 | 2.85 | 2.74 | 2.66 | 2.59 | 2.54 | 2.49 | 2.46 | 2.42 | 2.40 | 2.37 | 2.35 |
| 17 | 4.45 | 3.59 | 3.20 | 2.96 | 2.81 | 2.70 | 2.61 | 2.55 | 2.49 | 2.45 | 2.41 | 2.38 | 2.35 | 2.33 | 2.31 |
| 18 | 4.41 | 3.55 | 3.16 | 2.93 | 2.77 | 2.66 | 2.58 | 2.51 | 2.46 | 2.41 | 2.37 | 2.34 | 2.31 | 2.29 | 2.27 |
| 19 | 4.38 | 3.52 | 3.13 | 2.90 | 2.74 | 2.63 | 2.54 | 2.48 | 2.42 | 2.38 | 2.34 | 2.31 | 2.28 | 2.26 | 2.23 |
| 20 | 4.35 | 3.49 | 3.10 | 2.87 | 2.71 | 2.60 | 2.51 | 2.45 | 2.39 | 2.35 | 2.31 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 |
| 21 | 4.32 | 3.47 | 3.07 | 2.84 | 2.68 | 2.57 | 2.49 | 2.42 | 2.37 | 2.32 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 | 2.18 |
| 22 | 4.30 | 3.44 | 3.05 | 2.82 | 2.66 | 2.55 | 2.46 | 2.40 | 2.34 | 2.30 | 2.26 | 2.23 | 2.20 | 2.17 | 2.15 |
| 23 | 4.28 | 3.42 | 3.03 | 2.80 | 2.64 | 2.53 | 2.44 | 2.37 | 2.32 | 2.27 | 2.24 | 2.20 | 2.18 | 2.15 | 2.13 |
| 24 | 4.26 | 3.40 | 3.01 | 2.78 | 2.62 | 2.51 | 2.42 | 2.36 | 2.30 | 2.25 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.13 | 2.11 |
| 25 | 4.24 | 3.39 | 2.99 | 2.76 | 2.60 | 2.49 | 2.40 | 2.34 | 2.28 | 2.24 | 2.20 | 2.16 | 2.14 | 2.11 | 2.09 |
| 26 | 4.23 | 3.37 | 2.98 | 2.74 | 2.59 | 2.47 | 2.39 | 2.32 | 2.27 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.07 |
| 27 | 4.21 | 3.35 | 2.96 | 2.73 | 2.57 | 2.46 | 2.37 | 2.31 | 2.25 | 2.20 | 2.17 | 2.13 | 2.10 | 2.08 | 2.06 |
| 28 | 4.20 | 3.34 | 2.95 | 2.71 | 2.56 | 2.45 | 2.36 | 2.29 | 2.24 | 2.19 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.06 | 2.04 |
| 29 | 4.18 | 3.33 | 2.93 | 2.70 | 2.55 | 2.43 | 2.35 | 2.28 | 2.22 | 2.18 | 2.14 | 2.10 | 2.08 | 2.05 | 2.03 |
| 30 | 4.17 | 3.32 | 2.92 | 2.69 | 2.53 | 2.42 | 2.33 | 2.27 | 2.21 | 2.16 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.04 | 2.01 |
| 31 | 4.16 | 3.30 | 2.91 | 2.68 | 2.52 | 2.41 | 2.32 | 2.25 | 2.20 | 2.15 | 2.11 | 2.08 | 2.05 | 2.03 | 2.00 |
| 32 | 4.15 | 3.29 | 2.90 | 2.67 | 2.51 | 2.40 | 2.31 | 2.24 | 2.19 | 2.14 | 2.10 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 |
| 33 | 4.14 | 3.28 | 2.89 | 2.66 | 2.50 | 2.39 | 2.30 | 2.23 | 2.18 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.03 | 2.00 | 1.98 |
| 34 | 4.13 | 3.28 | 2.88 | 2.65 | 2.49 | 2.38 | 2.29 | 2.23 | 2.17 | 2.12 | 2.08 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.97 |
| 35 | 4.12 | 3.27 | 2.87 | 2.64 | 2.49 | 2.37 | 2.29 | 2.22 | 2.16 | 2.11 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 | 1.96 |
| 36 | 4.11 | 3.26 | 2.87 | 2.63 | 2.48 | 2.36 | 2.28 | 2.21 | 2.15 | 2.11 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.98 | 1.95 |
| 37 | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 | 2.36 | 2.27 | 2.20 | 2.14 | 2.10 | 2.06 | 2.02 | 2.00 | 1.97 | 1.95 |
| 38 | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 | 2.35 | 2.26 | 2.19 | 2.14 | 2.09 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.94 |
| 39 | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 | 2.34 | 2.26 | 2.19 | 2.13 | 2.08 | 2.04 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.93 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 40 | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 | 2.34 | 2.25 | 2.18 | 2.12 | 2.08 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.95 | 1.92 |
| 41 | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 | 2.33 | 2.24 | 2.17 | 2.12 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.92 |
| 42 | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 | 2.32 | 2.24 | 2.17 | 2.11 | 2.06 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.94 | 1.91 |
| 43 | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 | 2.32 | 2.23 | 2.16 | 2.11 | 2.06 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.91 |
| 44 | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 | 2.31 | 2.23 | 2.16 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.90 |
| 45 | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 | 2.31 | 2.22 | 2.15 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.92 | 1.89 |
| 46 | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| 47 | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| 48 | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 49 | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 50 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 51 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 52 | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| 53 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 54 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 55 | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| 56 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 57 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 58 | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| 59 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 60 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 61 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| 62 | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 63 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 64 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 65 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| 66 | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 67 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 68 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 70 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 71 | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 72 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 73 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 75 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 76 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 77 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 78 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 79 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| 80 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 81 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 82 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 83 | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 84 | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 85 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 86 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |
| 87 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 88 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 89 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 90 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

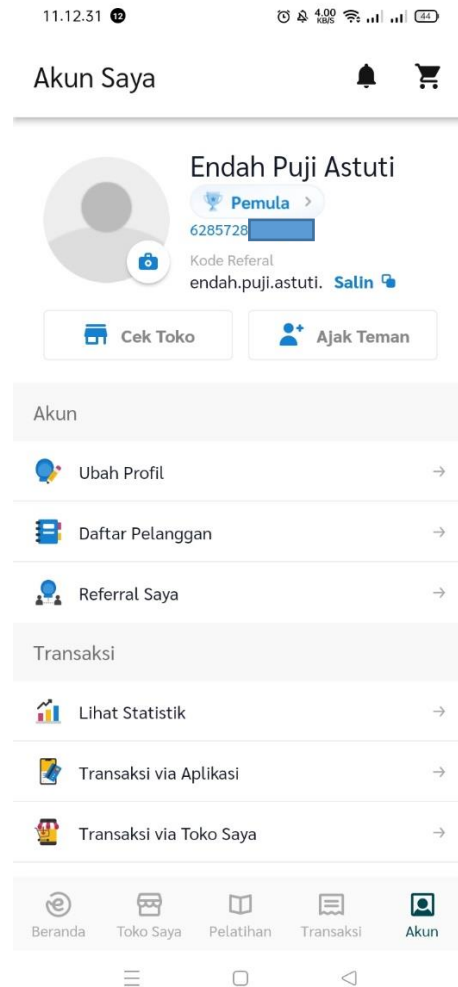
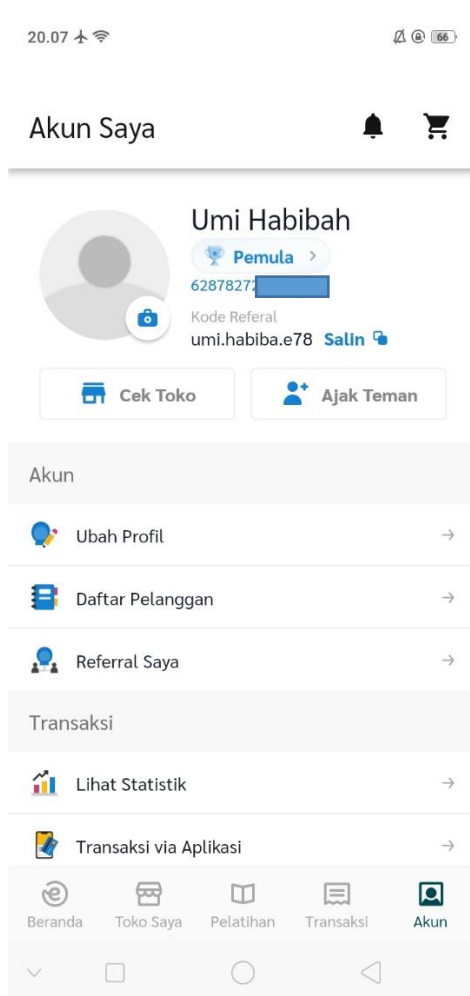
| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 91 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 93 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 94 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.77 |
| 95 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 96 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 97 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.80 | 1.77 |
| 98 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 99 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |
| 100 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 | 1.82 | 1.79 | 1.77 |

Lampiran 7 : Bukti Share Link Penelitian





Lampiran 8 : Bukti Pengguna Evermos



Lampiran 9 : Hasil Cek Plagiasi

Muna_Nurul PBS

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|
| 28% SIMILARITY INDEX | 29% INTERNET SOURCES | 18% PUBLICATIONS | 18% STUDENT PAPERS |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|

PRIMARY SOURCES

| | | |
|-----------|--|---------------|
| 1 | eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source | 15% |
| 2 | eprints.uny.ac.id Internet Source | 1% |
| 3 | Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper | 1% |
| 4 | core.ac.uk Internet Source | 1% |
| 5 | Submitted to Universitas Wiraraja Student Paper | 1% |
| 6 | repositori.usu.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | Abdurrahman Abdurrahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar)", Target : Jurnal Manajemen Bisnis, 2019 Publication | 1% |
| <hr/> | | |
| 8 | studentjournal.umpo.ac.id Internet Source | 1% |
| 9 | Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper | <1% |
| 10 | www.scribd.com Internet Source | <1% |
| 11 | Submitted to Sriwijaya University Student Paper | <1% |
| 12 | repository.usd.ac.id Internet Source | <1% |
| 13 | 123dok.com Internet Source | <1% |

Lampiran 10 : Riwayat Hidup

1. Nama : Nurul Dyan Sulistyowati
2. NIM : 195231160
3. Tempat, Tanggal lahir : Sragen, 13 Januari 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Kedawung, Mondokan, Sragen
6. Email : nuruldian2021@gmail.com
7. Riwayat pendidikan :
 - a. TK Bayangkari (2005-2006)
 - b. SD Kedawung 2 (2006-2012)
 - c. MTS SA Anna'im Aji Soko (2012-2015)
 - d. MA Alhikmah Tanon (2015-2018)
 - e. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta (2019-2023)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Surakarta, 21 Juni 2023

Penulis