

**PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE  
TOKOPEDIA.COM**

***THE INFLUENCE OF SHOPPING EXPERIENCE AND  
CONSUMER TRUST ON CONSUMER BUYING  
INTENTION IN TOKOPEDIA.COM ONLINE BUYING SITE***

Oleh

**Eriandi Paramasatya**

**2013410066**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eriandi Paramasatya

NIM : 2013410066

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI *ONLINE*  
TOKOPEDIA.COM

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia  
penguji skripsi pada tanggal 29 Januari 2018

Jakarta, 31 Januari 2018

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,  
Pembimbing

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

(Dr. Firsan Nova, SE, MM)

**PENGARUH PENGALAMAN BERBELANJA DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE  
TOKOPEDIA.COM**

***THE INFLUENCE OF SHOPPING EXPERIENCE AND  
CONSUMER TRUST ON CONSUMER BUYING  
INTENTION IN TOKOPEDIA.COM ONLINE BUYING SITE***

Oleh

**Eriandi Paramasatya**

**2013410066**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu

**Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada**

**Universitas Darma Persada**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

**Jakarta, 29 Januari 2018**

**Dr. Firsan Nova, SE,MM**

**Pembimbing**

**Drs. Fauzi Baisyir, MM**

**Penguji I**

**Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM**

**Penguji II**

**Dr. Firsan Nova, SE,MM**

**Penguji III**

**Sukardi, SE, MM**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM**

**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eriandi Paramasatya

NIM : 2013410066

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Situs Jual Beli Online Tokopedia.com** yang dibimbing oleh Dr. Firsan Nova, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 31 Januari 2018

Yang Membuat Pernyataan,

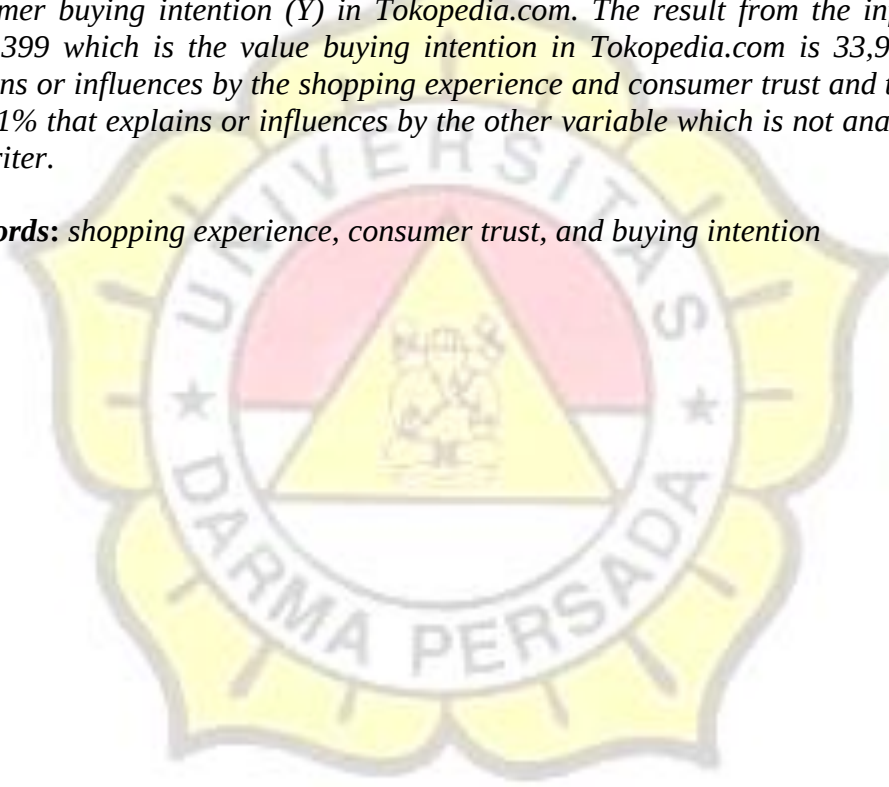
Eriandi Paramasatya

## **ABSTRACT**

*This research applied to know how much the effect shopping experience (X1) and consumer trust (X2) on consumer buying intention (Y) in Tokopedia.com online buying site. The methods of data collection in this research is giving the questioner to 100 respondent and they are students University of Darma Persada University who have used Tokopedia by using the purposive sampling to know the reaction from the respondent to every variable in this research. Analysis technique in this research using the simple of regression linier analysis and multiple linear regression analysis.*

*The results of this research showing that there is a very significant influences between the shopping experience (X1) and consumer trust (X2) on consumer buying intention (Y) in Tokopedia.com. The result from the influence are 0,399 which is the value buying intention in Tokopedia.com is 33,9% that explains or influences by the shopping experience and consumer trust and the rest of 66,1% that explains or influences by the other variable which is not analyze by the writer.*

**Keywords:** shopping experience, consumer trust, and buying intention



## ABSTRAK

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengalaman berbelanja (X1) dan kepercayaan konsumen (X2) terhadap minat beli (Y) konsumen tokopedia. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner terhadap 100 responden yaitu mahasiswa/I Universitas Darma Persada yang pernah menggunakan Tokopedia dengan menggunakan *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman berbelanja (X1) dan kepercayaan konsumen (X2) terhadap minat beli konsumen situs jual beli *online* Tokopedia.com. Besarnya pengaruh adalah 0,399 dimana sebesar 33,9 % minat beli konsumen situs jual beli *online* Tokopedia.com dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh pengalaman berbelanja dan kepercayaan konsumen dan sisanya sebesar 66,1 % dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli Konsumen

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Situs Jual Beli *Online* Tokopedia.com”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh terbatasnya kemampuan penulis dalam menyerap semua ilmu yang diterima. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyajikan skripsi ini kepada pembaca sehingga memberikan manfaat bagi para pembaca. Dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak, diantaranya :

1. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi ini, terimakasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dukungan dari keluarga terutama, Mamah dan Papah yang selalu ada dan yang tiada hentinya dalam memberikan seluruh jiwa raga, tenaga, pikiran serta kasih sayangnya yang amat sangat besar kepada penulis.

3. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Sukardi, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Terimakasih untuk seluruh staff TU Ekonomi, Mas Maryadi, Mas Nandar, Mas Suroso yang sudah sangat membantu penulis selama ini.
7. Terimakasih untuk Rahmitha Wahyu Wijayanti, yang selalu menemani dan selalu ada, untuk memberikan motivasi, tenaga, dan dukungan nya dalam membantu saya sehingga semuanya berjalan dengan baik. Terimakasih untuk waktu yang diluangkan selama ini dalam perjalanan penulisan skripsi selama ini.
8. Terimakasih kepada sahabat – sahabat terdekat, Fakhri, Fajar, Bagas, Bungsu, Isal, Ijal dan Samuel untuk selalu mendengar keluh kesah selama ini dan selalu memotivasi saya selama penulisan.
9. Untuk seluruh teman – teman di Kamikaze (UKM Basket) angkatan 2008 - 2017 yang selama ini selalu menjadi keluarga saya di Universitas Darma Persada dalam memecahkan masalah dan menghabiskan waktu bersama.
10. Untuk seluruh teman – teman Manajemen angkatan 2013, Dinda, Maria, Penny, Windy, Deka, Tasya, Saddam, David, Imam, Muklis, Amel, Yuli, Wiwi, Rino. Terimakasih telah mengisi hari – hari serta bantuannya selama saya menuntut ilmu di bangku kuliah.

Dengan kerendahan hati, penulis menerima saran maupun kritik yang konstruktif dari siapapun. Walaupun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 31 Januari 2018  
Penulis

Eriandi Paramasatya



## DAFTAR ISI

Halaman

|                                                                            |        |
|----------------------------------------------------------------------------|--------|
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                                   | i      |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                                    | ii     |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                                                    | iii    |
| ABSTRACT .....                                                             | iv     |
| ABSTRAK .....                                                              | v      |
| KATA PENGANTAR .....                                                       | vi     |
| DAFTAR ISI .....                                                           | ix     |
| DAFTAR TABEL .....                                                         | xii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                        | xiv    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                      | xv     |
| <br><b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....                                       | <br>1  |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian .....                                       | 1      |
| 1.2. Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah .....                    | 9      |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                                               | 11     |
| 1.4. Kegunaan Penelitian .....                                             | 12     |
| <br><b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> ..... | <br>13 |
| 2.1. Definisi Pemasaran .....                                              | 13     |
| 2.2. Konsep Pemasaran .....                                                | 14     |
| 2.3. Definisi Strategi Pemasaran .....                                     | 17     |
| 2.4. Definisi Perdagangan Elektronik ( <i>E- Commerece</i> ) .....         | 18     |
| 2.5. Definisi Pengalaman Berbelanja.....                                   | 20     |
| 2.5.1. Komponen Pengalaman Berbelanja.....                                 | 21     |
| 2.6. Definisi Kepercayaan Konsumen .....                                   | 22     |
| 2.6.1. Dimensi Kepercayaan.....                                            | 24     |
| 2.7. Definisi Minat Beli .....                                             | 25     |
| 2.7.1. Indikator Minat Pembelian.....                                      | 26     |
| 2.8. Kerangka Pemikiran .....                                              | 27     |
| 2.9. Hipotesis .....                                                       | 29     |
| <br><b>BAB III : METODELOGI PENELITIAN</b> .....                           | <br>31 |
| 3.1. Metode Yang Digunakan .....                                           | 31     |
| 3.2. Operasionalisasi Variabel .....                                       | 32     |
| 3.3. Sumber Dan Cara Penentuan Data/Informasi .....                        | 35     |
| 3.3.1. Lokasi Penelitian .....                                             | 35     |
| 3.3.2. Sumber dan Jenis Data .....                                         | 36     |
| 3.3.3. Cara Penentuan Data .....                                           | 37     |
| 3.3.3.1. Populasi .....                                                    | 37     |
| 3.3.3.2. Sampel .....                                                      | 37     |

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| 3.3.3.3. Teknik Sampling .....                  | 38 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....              | 39 |
| 3.4.1. Kuesioner .....                          | 39 |
| 3.5. Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis ..... | 41 |
| 3.5.1. Uji Keabsahan Data .....                 | 41 |
| 3.5.2. Alat Analisis Data.....                  | 43 |
| 3.5.3. Uji Hipotesis .....                      | 46 |
| 3.5.4. Uji Asumsi Klasik.....                   | 47 |

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH .....**

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Gambaran Umum Tokopedia .....                                          | 51 |
| 4.1.1. Profil Tokopedia.....                                                | 51 |
| 4.1.2. Sejarah Berdirinya Tokopedia .....                                   | 51 |
| 4.1.3. Jenis Produk Tokopedia .....                                         | 52 |
| 4.1.4. Sistem Pembayaran .....                                              | 54 |
| 4.1.5. Visi – misi Tokopedia .....                                          | 56 |
| 4.1.6. Logo Tokopedia .....                                                 | 56 |
| 4.2. Hasil Penelitian Karakteristik/Profil Responden .....                  | 57 |
| 4.2.1. Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..                   | 57 |
| 4.2.2. Perhitungan Responden Berdasarkan Usia .....                         | 58 |
| 4.2.3. Perhitungan Responden Berdasarkan Status<br>Pernikahan .....         | 59 |
| 4.2.4. Perhitungan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                    | 60 |
| 4.2.5. Perhitungan Responden Berdasarkan Tempat Tinggal                     | 61 |
| 4.2.6. Perhitungan Responden Berdasarkan<br>Pengeluaran Per Bulan .....     | 62 |
| 4.2.7. Perhitungan Responden Berdasarkan Penggunaan<br>Situs Tokopedia..... | 63 |
| 4.2.8. Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Barang .....                 | 64 |
| 4.2.9. Perhitungan Responden Berdasarkan Cara<br>Pembayaran .....           | 65 |
| 4.3. Hasil Uji Validitas.....                                               | 66 |
| 4.3.1. Hasil Uji Validitas Pengalaman Berbelanja .....                      | 66 |
| 4.3.2. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen .....                       | 67 |
| 4.3.3. Hasil Uji Validitas Minat Beli .....                                 | 68 |
| 4.4. Hasil Reliabilitas .....                                               | 69 |
| 4.4.1. Hasil Uji Reliabilitas Pengalaman Berbelanja .....                   | 69 |
| 4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen .....                    | 70 |
| 4.4.3. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli .....                              | 71 |
| 4.5. Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli.....                | 72 |
| 4.5.1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....                        | 73 |
| 4.5.2. Analisis Korelasi Sederhana.....                                     | 73 |
| 4.5.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                | 74 |
| 4.5.4. Hasil Uji Hipotesis.....                                             | 75 |

|                                                                                                   |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.5.4.1. Hasil Uji T (Parsial) .....                                                              | 75         |
| 4.5.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                                              | 76         |
| 4.5.5.1. Uji Normalitas .....                                                                     | 76         |
| 4.5.5.2. Uji Heteroskedastisitas .....                                                            | 79         |
| 4.5.5.3. Uji Autokolerasi .....                                                                   | 80         |
| 4.6 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli .....                                       | 81         |
| 4.6.1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....                                              | 81         |
| 4.6.2. Analisis Korelasi Sederhana .....                                                          | 83         |
| 4.6.3. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                | 83         |
| 4.6.4. Hasil Uji Hipotesis .....                                                                  | 84         |
| 4.6.4.1. Hasil Uji T (Parsial) .....                                                              | 84         |
| 4.6.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                                              | 86         |
| 4.6.5.1. Uji Normalitas .....                                                                     | 86         |
| 4.6.5.2. Uji Heteroskedastisitas .....                                                            | 88         |
| 4.6.5.3. Uji Autokolerasi .....                                                                   | 89         |
| 4.7 Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan<br>Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen ..... | 90         |
| 4.7.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....                                               | 90         |
| 4.7.2. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                | 92         |
| 4.7.3. Hasil Uji Hipotesis .....                                                                  | 93         |
| 4.7.3.1. Hasil Uji F (Simultan) .....                                                             | 93         |
| 4.7.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                                              | 94         |
| 4.7.4.1. Uji Normalitas .....                                                                     | 94         |
| 4.7.4.2. Uji Multikolinieritas .....                                                              | 97         |
| 4.7.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....                                                            | 98         |
| 4.7.4.4. Uji Autokolerasi .....                                                                   | 99         |
| 4.9 Pembahasan hasil Penelitian .....                                                             | 100        |
| <b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                         | <b>103</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                              | 103        |
| 5.2 Saran .....                                                                                   | 104        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                       | <b>105</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                             | <b>108</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                   | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1 <i>Engagement Metric</i> Empat Situs Jua Beli Online .....                                              | 6       |
| Tabel 1.2 Perbandingan Situs Jual Beli Online<br>Ternama Di Indonesia 2016 .....                                  | 8       |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian .....                                                                               | 33      |
| Tabel 3.2 Skala Likert .....                                                                                      | 40      |
| Tabel 3.3 Koefisien Determinasi $R^2$ .....                                                                       | 46      |
| Tabel 4.1 Jenis Produk Pada Tokopedia .....                                                                       | 52      |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                        | 58      |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                                                                 | 58      |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....                                                    | 59      |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                            | 60      |
| Tabel 4.6 Profil Responden Tempat Tinggal .....                                                                   | 61      |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....                                                | 62      |
| Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan<br>Tokopedia Setiap Bulan .....                                 | 63      |
| Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Barang Sering Dibeli .....                                           | 64      |
| Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Cara<br>Pembayaran Yang Digunakan .....                                   | 65      |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pengalaman Berbelanja .....                                                        | 66      |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Konsumen .....                                                         | 67      |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Minat Beli .....                                                                   | 68      |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Pengalaman Berbelanja .....                                                     | 69      |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Konsumen .....                                                      | 70      |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli .....                                                                | 71      |
| Tabel 4.17 Hasil Coefficient Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli .....                                      | 72      |
| Tabel 4.18 Correlation .....                                                                                      | 73      |
| Tabel 4.19 Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli .....                                               | 74      |
| Tabel 4.20 Hasil Uji T Pengaruh Pengalaman Berbelanja<br>Terhadap Minat Beli .....                                | 75      |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap<br>Minat Beli .....                       | 78      |
| Tabel 4.22 Hasil Uji Autokolerasi .....                                                                           | 81      |
| Tabel 4.23 Hasil Coefficient Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli .....                                       | 82      |
| Tabel 4.24 Correlation .....                                                                                      | 83      |
| Tabel 4.25 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli .....                                                | 84      |
| Tabel 4.26 Hasil Uji T Pengaruh Kepercayaan Konsumen<br>Terhadap Minat Beli .....                                 | 85      |
| Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas Kepercayaan Konsumen Berbelanja .....                                             | 84      |
| Tabel 4.28 Hasil Uji Autokolerasi .....                                                                           | 90      |
| Tabel 4.29 Hasil Coefficient Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan<br>Kepercayaan Kosnumen terhadap Minat Beli ..... | 91      |

|            |                                                                                                           |     |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.30 | Pengaruh Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen<br>Terhadap Minat Beli .....                                 | 92  |
| Tabel 4.31 | Hasil Uji F Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan<br>Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli .....          | 93  |
| Tabel 4.32 | Hasil Uji Normalitas Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan<br>Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli ..... | 96  |
| Tabel 4.33 | Hasil Uji Multikolinieritas .....                                                                         | 97  |
| Tabel 4.34 | Hasil Uji Autokolerasi .....                                                                              | 99  |
| Tabel 4.35 | Ringkasan Uji Hipotesis.....                                                                              | 100 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                   | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2016.....                         | 2       |
| Gambar 1.2 <i>Traffic</i> Empat Situs Jual Beli <i>Online</i> Indonesia 2016..... | 4       |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....                                               | 28      |
| Gambar 4.1 Logo Tokopedia .....                                                   | 57      |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....                                             | 77      |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                                     | 80      |
| Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....                                              | 86      |
| Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                    | 89      |
| Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....                                              | 95      |
| Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                    | 98      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|            | Halaman                                                |
|------------|--------------------------------------------------------|
| Lampiran 1 | Daftar Riwayat Hidup ..... 109                         |
| Lampiran 2 | Kuesioner Penelitian ..... 110                         |
| Lampiran 3 | Tabulasi Data Variabel Pengalaman Berbelanja ..... 115 |
| Lampiran 4 | Tabulasi Data Variabel Kepercayaan Konsumen ..... 118  |
| Lampiran 5 | Tabulasi Data Variabel Minat Beli ..... 122            |
| Lampiran 6 | Hasil Output SPSS ..... 126                            |
| Lampiran 7 | T Tabel ..... 132                                      |
| Lampiran 8 | F Tabel ..... 136                                      |
| Lampiran 9 | R Tabel ..... 139                                      |

