



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN S.



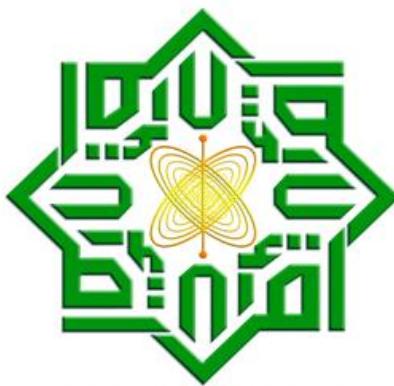
Itumkan dan menyebutkan sumber:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ilmiah.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

# PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TIKTOKSHOP HELLO SHOPPING PEKANBARU

## SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH:

**FIRMAN MAULANA**  
NIM. 11970113644

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU

2025



UIN SUSKA RIAU

- a. ...  
b. Pengutipan tidak mengikuti kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- ... suatu masalah.

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FIRMAN MAULANA  
NIM : 11970113644  
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
SEMESTER : XIII (TIGA BELAS)  
JUDUL : "PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TIKTOKSHOP HELLO SHOPPING PEKANBARU"

DISETUJUI OLEH:

DOSEN PEMBIMBING

NURRAHMI HAYANI, SE, M.B.A

NIP. 19830324 201503 2 003

MENGETAHUI,



KETUA PROGRAM STUDI  
S1 MANAJEMEN

SUSNANINGSIH MU'AT., S.E., M.M., Ph.D

NIP. 19730909 200604 2 001



UIN SUSKA RIAU

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak menggumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Firman maulana
Nim	:	11970113644
Program Studi	:	S1 Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul	:	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru
Tanggal Ujian	:	12 Januari 2026

### TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Julina, SE., M.Si  
NIP. 19730722 199903 2 001

Penguji 1

Astuti Meflinda, SE, MM  
NIP. 19720513200701 2 018

Penguji 2

Nurrahmi Hayani, SE, M.B.A  
NIP. 19830324 201503 2 003



1 H

Lampiran Surat :  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : FIRMAN MAULANA  
NIM : 11970113 641  
Tempat/Tgl. Lahir : CIREBON, 06 JANUARI 2001  
Fakultas/Pascasarjana : EKONOMI DILMU SOSIAL  
Prodi : SI MANAJEMEN

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

## **'Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru'**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
  2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
  3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
  4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, .....  
Yang membuat pernyataan



NIM: 11970113644

\*pilih salah satu sasuai jenis karya tulis

4.1. Diliyusukan halnya untuk memerlukan perbaikan, perbaikan, perbaikan halnya ini atau perbaikan yang dilakukan oleh pihak ketiga.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# **PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TIKTOKSHOP HELLO SHOPPING PEKANBARU**

**Oleh :**  
**Firman Maulana**  
**NIM. 11970113644**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di Kota Pekanbaru yang pernah berbelanja di Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran. Sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan secara simultan variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru. Variabel kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara bersama-sama memberikan sumbangan terhadap loyalitas konsumen sebesar 65,9%, dan sisanya (34,1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

**Kata Kunci :** Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan, Loyalitas Konsumen

**UIN SUSKA RIAU**



UIN SUSKA RIAU

## THE EFFECT OF CONVENIENCE, TRUST AND SECURITY ON CONSUMER LOYALTY OF TIKTOKSHOP HELLO SHOPPING PEKANBARU

By :  
Firman Maulana  
NIM. 11970113644

### ABSTRACT

This study aims to examine the influence of convenience, trust, and security on consumer loyalty toward Tiktokshop Hello Shopping in Pekanbaru. A quantitative research design was employed. The population consisted of consumers in Pekanbaru who have purchased products from Tiktokshop Hello Shopping. The sampling technique used was purposive sampling, and the sample size was determined using Cochran's formula, resulting in a total of 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26. The findings reveal that convenience has a positive and significant effect on consumer loyalty. Similarly, trust shows a positive and significant effect on consumer loyalty, and security also demonstrates a positive and significant effect on consumer loyalty. The results of this study indicate that the convenience variable has a positive and significant effect on consumer loyalty. Trust also has a positive and significant effect on consumer loyalty, and security likewise exerts a positive and significant effect on consumer loyalty. Furthermore, convenience, trust, and security collectively have a simultaneous positive effect on consumer loyalty toward Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru. Together, these three variables explain 65.9% of the variance in consumer loyalty, while the remaining 34.1% is influenced by other factors not examined in this study.

**Keywords:** Convenience, Trust, Security, Consumer Loyalty

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil' alamiin, Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, aamin.

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru**" Penulisan merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis guna memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang paling berjasa dalam hidup penulis, penulis mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda Nasrizon dan Ibunda Reflita Wati yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, motivasi dan kasih sayang kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Selanjutnya dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terimakasih kepada:

- 1 Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., M.Si., Ak., CA.
- 2 Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Ibu Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., Ak.
- 3 Wakil Dekan I, Ibu Dr. Nurlasera, S.E., M.Si., Wakil Dekan II, Bapak Dr. Khairil Henry, S.E., M.Si., Ak., Wakil Dekan III, Ibu Dr. Mustiqowati Ummul F, S.Pd., M.Si.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketua Program Studi Manajemen Ibu Susnaningsih Muat, SE.,M.M, Ph.D., dan Sekretaris Program Studi Manajemen Ibu Fitri Hidayati, SE.,MM.,AWP Syariah., CSFT.

Penasehat Akademis Ibu Ulfiah Novita SE., M.Si., yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan dukungannya selama proses perkuliahan di Progam Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pembimbing Skripsi Ibu Nurrahmi Hayani, S.E., M.B.A., yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, kesabaran, dan memberikan arahan, masukan kepada penulis untuk membimbing penulis mulai dari awal menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.

8. Kepada seluruh staf dan pegawai yang bekerja di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan kinerja terbaiknya dalam pelayanan akademik bagi penulis untuk mengurus surat atau dokumen penting lainnya.

9. Terimakasih untuk keluarga penulis kakak, abang dan adik penulis yang tak bosanya berdoa dan memberikan semangat, dorongan kepada penulis agar segera mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M.).

10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya yang telah membantu penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir, sebagai manusia yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulis skripsi ini. Oleh karena itu, penulis meminta maaf atas kesalahan tata bahasa dan segala hal yang mungkin kurang menarik bagi pembaca. Penulis menyambut baik masukan dan kritik dari para pembaca yang dapat membantu penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat membantu para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 27 Januari 2026

Penulis

**FIRMAN MAULANA**  
NIM. 11970113644



**UIN SUSKA RIAU**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>ABSTRACT .....</b>	ii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	iii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	12
2.1 Loyalitas Konsumen .....	12
2.2 Kemudahan .....	15
2.3 Kepercayaan .....	17
2.4 Keamanan .....	20
2.5 Penelitian Terdahulu .....	22
2.6 Kerangka Penelitian.....	25
2.7 Hipotesis Penelitian .....	25
2.8 Variabel Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	29
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.2.1 Jenis Data .....	29
3.2.2 Sumber Data .....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi .....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4.1 Kuisioner .....	32
3.4.2 Studi Dokumentasi .....	32
3.5 Metode Analisis Data .....	33
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	33
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	36
3.5.4 Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	39
4.1 Sejarah Singkat Hello Shopping Pekanbaru .....	39
4.2 Struktur Organisasi Hello Shopping Pekanbaru .....	40
4.3 Visi dan Misi Hello Shopping Pekanbaru .....	43
4.4 Strategi Pemasaran Hello Shopping Pekanbaru .....	44
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	45

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.1	Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	44
5.1.1	Hasil Uji Validitas.....	52
5.1.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	53
5.2	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	54
5.2.1	Hasil Uji Normalitas .....	54
5.2.2	Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
5.2.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
5.3	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
5.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	58
5.5	Hasil Uji Hipotesis .....	58
5.5.1	Hasil Uji t .....	58
5.5.2	Hasil Uji F .....	60
5.6	Pembahasan .....	61
5.6.1	Pengaruh Kemudahan (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	61
5.6.2	Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	63
5.6.3	Pengaruh Keamanan (X3) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) ...	64
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		66
6.1	Kesimpulan.....	66
6.2	Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		68
<b>LAMPIRAN .....</b>		71



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta  
Tabel  
Akademik  
UIN  
Suska  
Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 2.2	Konsep Operasional Variabel .....	25
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas .....	44
Tabel 5.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 5.3	Hasil Uji Normalitas .....	46
Tabel 5.4	Hasil Uji Multikolinieritas .....	47
Tabel 5.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	49
Tabel 5.6	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	50
Tabel 5.7	Hasil Uji t.....	51
Tabel 5.8	Hasil Uji F .....	51



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pangsa Pasar (%) E-Commerce di Asia Tenggara Tahun 2022-2023 .....	3
Gambar 1.2	Data Jumlah Pengguna Tiktok dan Tiktokshop Tahun 2023 .	4
Gambar 1.3	Toko Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru .....	5
Gambar 1.4	Data Hasil Kuesioner Pra Penelitian Mengenai Loyalitas Konsumen Tiktokshop di Pekanbaru .....	6
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian .....	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Hello Shopping Pekanbaru .....	39
Gambar 5.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	48



UN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha bisnis pemasaran dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing. Dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan terhadap produk itu sendiri. Menyadari hal itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan produk sejak dari produsen sampai konsumen akhir (Tjiptono, 2014).

Situasi saat ini, menunjukkan bahwa konsumen lebih berfikir secara rasional, sebab mereka mempunyai informasi sempurna mengenai pasar sehingga konsumen dapat meraih nilai optimal untuk pembeliannya. Banyaknya produk-produk yang ada di pasaran akan membuat konsumen semakin bebas memilih jenis produk, teknologi, merek, maupun distributor. Kompetisi yang ketat dalam merebut pasar konsumen mengharuskan perusahaan mencari tahu dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memuaskannya, sehingga konsumen nantinya akan memutuskan membeli produk yang ditawarkan (Swastha, 2017).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seiring dengan perkembangan *life style* diketahui bahwa saat ini tren belanja *online* lewat *market place* menunjukkan peningkatan yang signifikan. Hal ini juga seiring dengan berkembangnya era digital, pemanfaatan media sosial sebagai platform pemasaran produk barang dan jasa menjadi semakin marak, karena hal ini dinilai cukup efektif. *Social media marketing* adalah strategi pemasaran yang bergantung pada kemampuan sosial media untuk menguasai, melibatkan, dan mempengaruhi para konsumen. Saat ini, telah banyak perusahaan yang beriklan atau berjualan melalui berbagai platform sosial media, salah satunya adalah TikTok. Dalam platform ini, terdapat fitur bernama TikTok Shop yang memungkinkan para pelaku usaha melangsungkan kegiatan bisnis mereka. Pemasaran melalui media sosial, khususnya pada platform TikTok, memberikan berbagai keunggulan, seperti kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, interaksi yang lebih personal dengan konsumen, serta konten yang lebih kreatif dan menarik. *Social media marketing* pada TikTok memungkinkan perusahaan untuk menggunakan berbagai bentuk konten, mulai dari video pendek, tantangan (*challenges*), hingga kolaborasi dengan influencer, yang semuanya dapat meningkatkan daya tarik dan keterlibatan konsumen (Adirassaty & Hubbansyah, 2024).

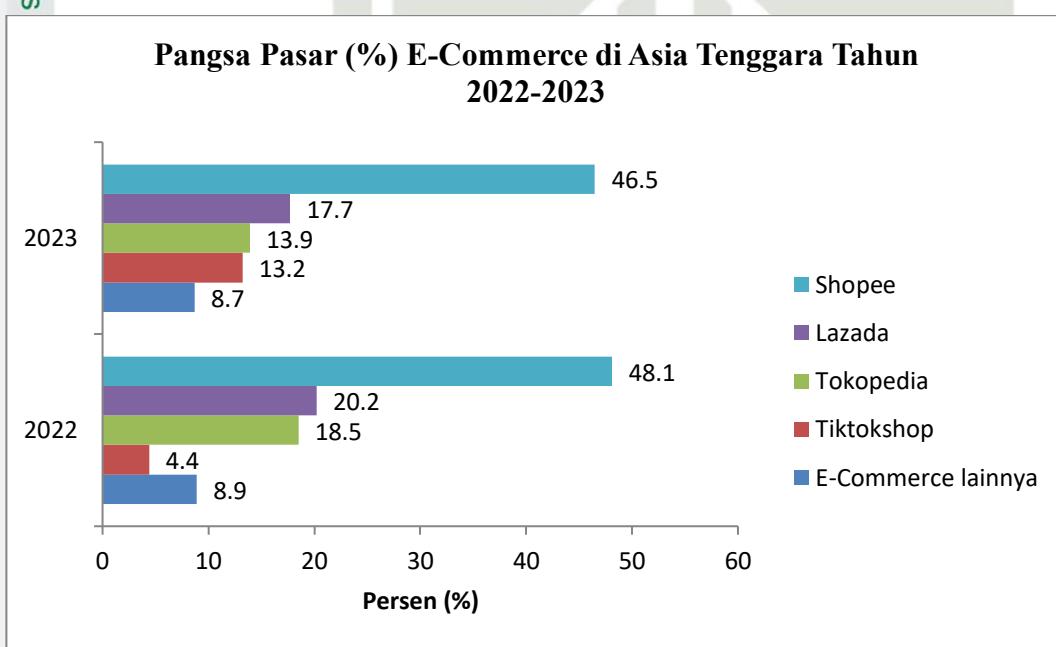
Dalam konteks TikTok Shop, loyalitas konsumen dapat tercermin dari frekuensi pembelian, rekomendasi kepada teman atau keluarga, serta partisipasi dalam konten yang berkaitan dengan merek di TikTok. *Social media marketing* yang efektif di TikTok harus mampu menciptakan pengalaman positif yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendalam, yang tidak hanya menarik konsumen tetapi juga mempertahankan mereka (Adirassaty & Hubbansyah, 2024).

Berdasarkan data menunjukkan masih rendahnya pangsa pasar Tiktokshop dibandingkan e-commerce. Berikut adalah grafik pangsa pasar E-Commerce di Asia Tenggara Tahun 2022-2023.

Gambar 1.1 Pangsa Pasar (%) E-Commerce di Asia Tenggara Tahun 2022-2023



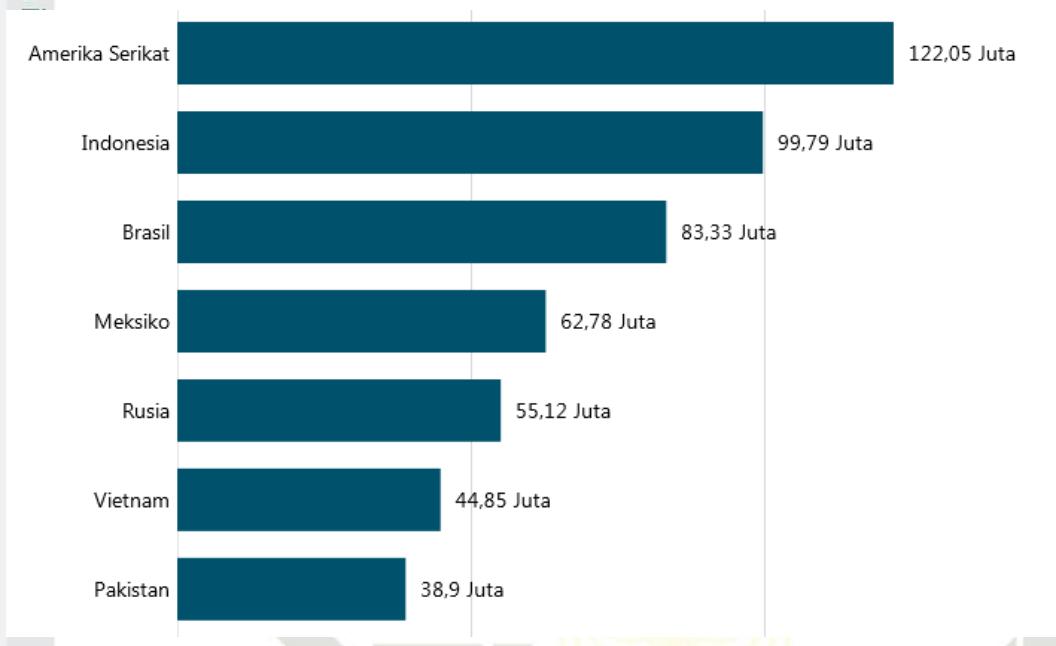
Sumber : (Katadata.co.id, 2023a)

Berdasarkan data di atas menunjukkan pangsa pasar Tiktokshop masih kalah saing dengan 3 pemain besar e-commerce di Indonesia yaitu Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Hal ini mengindikasikan masih rendahnya loyalitas konsumen di Indonesia terhadap Tiktokshop.

Fenomena berikutnya berdasarkan data yang dihimpun oleh Katadata.co.id (2024) mengenai *e-commerce* yang paling diandalkan Gen Z dan Milenial Indonesia. Survei ini melibatkan 1.043 gen Z dan 1.113 milenial secara online.

Survei tersebar di sejumlah kota besar Indonesia di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi. Hasilnya dapat dilihat pada grafik berikut:

Gambar 1.2 Data Jumlah Pengguna Tiktok dan Tiktokshop Tahun 2023



Sumber : (Katadata.co.id, 2023b)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa Amerika Serikat masih menempati posisi teratas jumlah pengguna TikTok terbanyak global, yakni 122,05 juta pengguna pada Juli 2023. Sementara, Indonesia masih bertengger di peringkat kedua dengan jumlah 99,79 juta pengguna. Jumlah tersebut turun 11,7% dibandingkan kuartal sebelumnya. Di bawah Indonesia, ada Brasil dan Meksiko dengan jumlah pengguna TikTok masing-masing sebanyak 83,32 juta pengguna dan 62,77 juta pengguna.

Salah satu toko yang ada di TikTokShop adalah Hello Shopping Pekanbaru yang memiliki 4.861 pengikut dengan jumlah penjualan 1.245 pcs.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

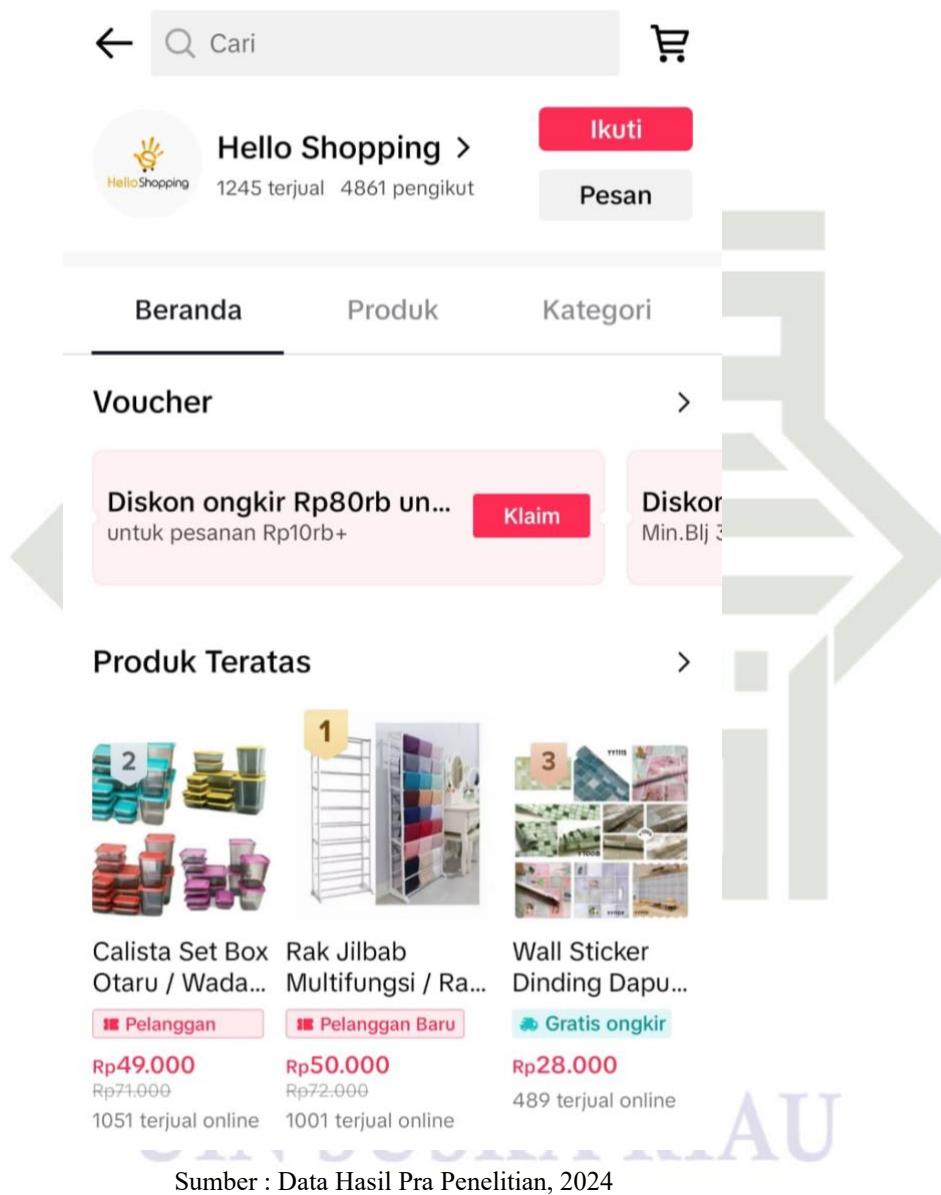
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hello Shopping Pekanbaru menjual berbagai perlengkapan rumah tangga yang unik dan estetik dengan harga terjangkau.

Gambar 1.3 Toko Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru



Sumber : Data Hasil Pra Penelitian, 2024

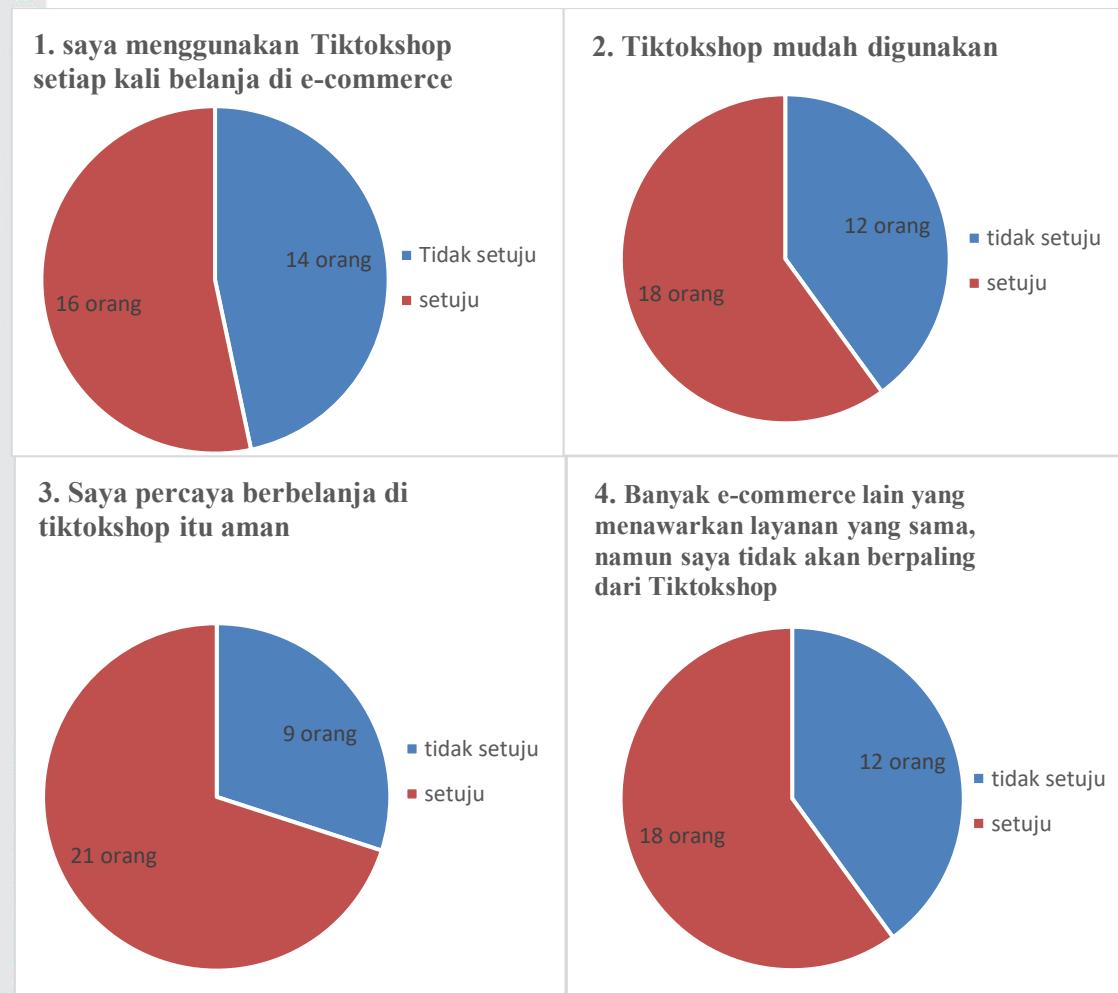
Fenomena loyalitas konsumen pada konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru juga dapat dilihat dari data kuesioner pra penelitian yang berisi 4 pernyataan tentang variabel loyalitas konsumen. Kuesioner disebar secara offline

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada 30 responden masyarakat Kota Pekanbaru yang pernah berbelanja melalui Tiktokshop. Berikut adalah hasil kuesioner yang didapatkan.

Gambar 1.4 Data Hasil Kuesioner Pra Penelitian Mengenai Loyalitas Konsumen Tiktokshop di Pekanbaru



Sumber : Data Hasil Pra Penelitian, 2024

Berdasarkan data hasil kuesioner pra penelitian di atas menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Tiktokshop di Pekanbaru masih rendah hal ini karena ada konsumen yang menjawab "Tidak Setuju" pada pernyataan yang diajukan. Hal ini artinya konsumen memiliki alternatif *e-commerce* lain selain Tiktokshop

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan Tiktokshop bukan merupakan satu-satunya yang menjadi pilihan konsumen. Hal ini menggambarkan rendahnya loyalitas konsumen.

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kemudahan, kepercayaan dan keamanan. Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna menganggap sistem mudah dipelajari dan dioperasikan tanpa memerlukan banyak latihan (Tjiptono, 2014). Oleh karena itu, istilah "kemudahan" mengacu pada sistem yang dirancang untuk mempermudah penggunanya daripada mempersulit. Akibatnya, menggunakan sistem tertentu akan memudahkan pengguna untuk melakukan tugas dari pada seseorang yang melakukan semuanya dengan tangan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lubis & Sitorus (2023) dan penelitian Wahyuningsih & Nirawati (2022) menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Faktor berikutnya adalah kepercayaan merupakan keyakinan bahwa perusahaan akan bertindak dengan integritas, menjaga komitmen, dan berusaha untuk saling menguntungkan dalam hubungan bisnis atau pertukaran yang terjadi (Tjiptono, 2014). Kepercayaan yang kuat memainkan peran penting dalam membantu konsumen mengatasi keraguan dan kekhawatiran yang sering muncul dalam pembelian online. Dengan kepercayaan yang tinggi, konsumen akan cenderung merasa lebih aman dan yakin dalam melakukan transaksi. Penelitian terdahulu oleh Lubis & Sitorus (2023) juga telah membuktikan bahwa kepercayaan memainkan peran krusial dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas konsumen.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor berikutnya adalah keamanan merupakan kemampuan *e-commerce* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan atas transaksi data (Akbar & Alam, 2020). Faktor penting yang dapat mempengaruhi transaksi jual beli secara online yakni keamanan. Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri memiliki arti fisik. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima. Penelitian terdahulu oleh Lubis & Sitorus (2023) dan penelitian Wahyuningsih & Nirawati (2022) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TIKTOKSHOP HELLO SHOPPING PEKANBARU**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1 Apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru?
- 2 Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Apakah keamanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru?

Apakah kemudahan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.

**1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Bagi penulis

Dapat digunakan untuk mengaplikasikan ilmu-ilmu yang di dapat penulis selama mengikuti perkuliahan dalam bidang pemasaran khususnya kemudahan, kepercayaan, keamanan dan loyalitas konsumen.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2 Akademis

penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berguna terhadap dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang pemasaran. Selain itu dapat digunakan sebagai bagan referensi untuk penelitian selanjutnya.

3 Pemilik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media informasi bagi perusahaan (pemilik usaha) untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam menentukan strategi pasar yang tepat.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Secara sistematis susunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan teori citra merek, teori kualitas produk, teori label halal, serta teori-teori dari subfaktor keputusan pembelian. Serta tercantum penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas variabel-variabel yang akan diteliti, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan sejarah singkat, serta gambaran umum perusahaan yang menjadi obyek dari penelitian.

## BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

## BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian beserta saran-saran yang berhubungan terhadap peneliti.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Loyalitas Konsumen

Menurut Griffin (2015) definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Loyalitas konsumen menurut Tunggal (2019) adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada unsur perilaku dan sikap dalam loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai (Kotler & Keller, 2018). Menurut Oliver (2017) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan bentuknya beragam dan tidak bisa disa maratakan

Menurut Rangkuti (2017) loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Sutisna (2019) mendefinisikan loyalitas adalah sikap menyenangi terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

Menurut Tjiptono (2014) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam pembelian jangka panjang". Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

Loyalitas pelanggan terbentuk karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Gaffar (2018) terdapat lima faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan:

1. Kepuasan (*satisfaction*)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan yang dimiliki oleh pelanggan dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan itu sendiri. Perusahaan yang dapat memenuhi harapan pelanggan, akan membuat pelanggan semakin puas dengan perusahaan tersebut.

2. Ikatan Emosi (*emotional bonding*)

Sebuah merek yang memiliki daya tarik yang kuat dapat mempengaruhi karakteristik konsumen, sehingga konsumen dapat diidentifikasi melalui sebuah merek. Ukuran sederhana yang menggambarkan ikatan antara konsumen dengan sebuah merek dapat dilihat melalui kekuatan ikatan yang tercipta antara konsumen dengan konsumen lainnya yang menggunakan produk ataupun jasa yang sama.

3. Kepercayaan (*trust*)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepercayaan konsumen merupakan kehendak konsumen dalam mempercayakan sebuah perusahaan atau merek untuk menuntaskan harapannya.

**4. Kemudahan (*choice reduction and habit*)**

Perusahaan ataupun merek yang dapat memberikan kemudahan saat taransaksi dengan konsumennya dapat menciptakan kenyamanan konsumen. Sehingga konsumen akan melakukan pembelian secara terus menerus.

**5. Pengalaman dengan perusahaan (*history with company*)**

Pengalaman konsumen dengan sebuah perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kualitas pelayannnya baik dari perusahaan, maka konsumen secara otomatis akan mengilangi perilakunya pada perusahaan tersebut.

**6. Rekomendasi mulut ke mulut (*Word of mouth*)**

Proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.

**7. Keamanan**

Hal ini mencakup keamanan konsumen dalam melakukan transaksi.

Menurut Kotler & Keller (2016) loyalitas pelanggan secara umum dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

**1. Kesetiaan terhadap pembelian produk**



UN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsumen menaruh sikap loyal terhadap produk dan tidak ada perasaan ingin berpaling ke produk lain.

2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan Ulasan buruk dari pihak lain mengenai produk tidak merubah pikiran konsumen untuk beralih ke produk lain.
3. Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan Konsumen akan dengan sukarela merekomendasikan produk kepada orang lain.

## 2.2 Kemudahan

Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna menganggap sistem mudah dipelajari dan dioperasikan tanpa memerlukan banyak latihan (Tjiptono, 2014). Menurut Nidhom (2017) mengemukakan bahwa kemudahan atau *usability* merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai menggunakan produk tersebut. Menurut Sunyoto (2015) kemudahan adalah sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa pengguna teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan kemudahan atau *usability* adalah tingkat dimana seseorang meyakini dan mempercayai bahwa teknologi mudah dipahami, mudah dipelajari, simpel menggunakannya dan tidak akan merepotkan ataupun memerlukan usaha keras dalam menggunakannya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor yang mempengaruhi kemudahan pengguna antara lain (Tjiptono, 2014):

- 1) Berfokus pada teknologi itu sendiri

Misalnya, pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi. Pengalaman konsumen yang baik akan mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan tersebut.

- 2) Reputasi teknologi yang diperoleh pengguna

Adanya reputasi yang baik akan mendorong kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut.

- 3) Tersedianya mekanisme support yang handal

Kepercayaan pengguna terhadap kemudahan teknologi dipengaruhi oleh mekanisme support yang handal. Misalnya, apabila terdapat kesulitan dalam menggunakan Dana dengan adanya support system yang handal, akan mendorong konsumen ke arah positif.

Indikator kemudahan yaitu (Robin & Evyanto, 2023) :

- 1 Sistem tentunya akan lebih mudah untuk digunakan

Sistem tersebut dirancang atau diperbaiki agar pengguna dapat mengoperasikannya dengan lebih sederhana, cepat dan tanpa kesulitan yang berarti. Lebih mudah digunakan diyakini akan memberikan pengalaman yang lebih sederhana, praktis, dan ramah bagi penggunanya.

- 2 Kebutuhan pengguna dapat dengan mudah diakomodasi oleh sistem.

Sistem dirancang atau dikembangkan agar mampu menyesuaikan diri dengan permintaan, preferensi, dan tujuan pengguna secara cepat dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efisien. Dapat dengan mudah diakomodasi berarti sistem memiliki fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut tanpa perlu banyak perubahan.

**3. Memanfaatkan sistem akan meningkatkan kemampuan pengguna.**

Meningkatkan kemampuan pengguna berarti pengguna menjadi lebih mahir, lebih efisien, lebih efektif, atau memperoleh kompetensi baru sebagai hasil dari penggunaan sistem tersebut. Ketika seorang pengguna secara aktif menggunakan sebuah sistem, maka kemampuan atau kapabilitas pengguna akan meningkat. Saat pengguna memakai sistem secara aktif akan membuat mereka belajar bagaimana sistem bekerja, fitur-fiturnya, dan bagaimana memanfaatkannya secara optimal.

**4) Sistem dapat digunakan dengan sedikit usaha.**

Sistem dirancang sedemikian rupa supaya pengguna tidak perlu mengeluarkan banyak waktu, tenaga, atau berpikir keras untuk memgoperasikannya

**2.3 Kepercayaan**

Kepercayaan (*Trust*) merupakan keyakinan satu pihak mengenai maksud dan perilaku pihak yang lainnya. Dengan demikian kepercayaan konsumen di definisikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya (Siagian & Cahyono, 2014).

Kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian kembali dapat menjadi sebuah keputusan penting untuk melakukan transaksi kembali.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepercayaan adalah mental atau verbal pernyataan yang mencerminkan pengetahuan khusus seorang dan penilaian tentang beberapa ide atau hal (Schiffman & Kanuk, 2013). Kepercayaan sebagai kecenderungan salah satu pihak meskipun pihak pertama tidak dilindungi oleh pihak kedua dan gagal untuk mengontrol tindakan dari pihak kedua (Mayer *et al.*, 1995).

Menurut Ling *et al* (2011) menyebutkan bahwa kepercayaan juga terjadi ketika ada keyakinan bahwa pihak pertama tidak akan mengambil keuntungan dari pihak kedua dalam situasi apapun bahkan jika ada kesempatan untuk melakukannya oleh pihak pertama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kunci utama terjadinya transaksi *online*.

Ba & Pavlou (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan bahwa pihak yang dipercaya atau pihak penyedia sistem *e-commerce* akan memenuhi komitmennya, (Gefen *et al.*, 2015). Jarak yang memisahkan antara konsumen dan situs belanja online menghasilkan ketidakpastian dalam bertransaksi dengan *e-vendor* sehingga pelanggan memiliki resiko akan kehilangan uangnya. Kurangnya kepercayaan menjadi alasan utama konsumen untuk tidak berhubungan dengan situs *e-commerce* (Pavlou, 2003). Ketidakpastian yang melekat di *e-commerce* membuat para peneliti berpendapat bahwa membangun kepercayaan dan memperkecil resiko menjadi faktor paling penting dalam bertransaksi di *electronic commerce* (Pavlou, 2003).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Schiffman & Kanuk (2013) menjelaskan beberapa manfaat dari adanya kepercayaan, antara lain:

- a) Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerjasama dengan rekan perdagangan.
- b) Kepercayaan menolak pilihan jangka pendek dan lebih memilih keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan rekan yang ada.
- c) Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk memandang sikap yang mendatangkan risiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pemasar.

Jasfar (2015) menyatakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen, yaitu:

- 1) Persepsi Integritas (*Integrity*), Merupakan persepsi konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur.
- 2) Persepsi Kebaikan (*Benevolence*), Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.
- 3) Persepsi Kompetensi (*Competence*), Kompetensi merupakan kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan memenuhi segala keperluannya. Kemampuan mengacu pada keahlian dan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karakteristik yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan.

**2.4 Keamanan**

Keamanan merupakan suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Menurut Suryadharma & Budyastuti (2018) mengemukakan bahwa keamanan bisa diartikan sebagai kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi.

Menurut Garfinkel (dalam Chusnah & Indriana, 2020) keamanan data adalah usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek penting dalam dunia siber yaitu:

## 1) Kerahasiaan data

Kerahasiaan data suatu yang berkaitan dengan data yang diberikan kepada suatu pihak untuk hal tertentu. Misalnya, PIN/ password.

## 2) Keutuhan data

Keutuhan data adalah suatu data atau informasi yang tidak boleh digunakan selain pemiliknya. Misalnya, sebuah informasi dari email yang dikirim pengirim yang tidak boleh dibaca oleh orang lain sebelum sampai ketujuannya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**3) Ketersediaan data**

Ketersediaan data adalah sebuah informasi yang dibutuhkan ketika diserang dapat menghambat ketersedian data yang diberikan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan keamanan merupakan keadaan yang terbebas dari bahaya orang tidak bertanggung jawab yang ingin menyalah gunakan, merusak fisik sistem serta ingin mencuri program dan data pengguna.

Indikator keamanan yaitu (Robin & Evyanto, 2023) :

**1) Jaminan keamanan**

Kekhawatiran pelanggan tentang eksploitasi data pribadi dan transaksi yang melibatkan data mungkin dapat dihilangkan sebagian dengan memberikan jaminan keamanan. Jika konsumen yakin bahwa informasi pribadi mereka aman, maka cenderung melakukan pembelian secara online.

**2) Kerahasiaan data**

Pentingnya informasi pribadi tinggi. Informasi yang bocor ke tangan yang salah dapat menimbulkan banyak masalah bagi pemiliknya yang sah. Inilah sebabnya mengapa menjaga kerahasiaan informasi pelanggan sangat penting.

**3) Nomor resi pengiriman sebagai bukti pembelian**

Layanan ekspedisi mengeluarkan tanda terima, yang diidentifikasi dengan nomor unik, setelah menerima barang yang akan dikirim. Pengirim atau vendor dapat menggunakan nomor khusus ini sebagai bukti pengidentifikasi pengirim di masa mendatang. Selain itu, pembeli atau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penerima dapat menggunakan nomor resi ini untuk memantau kemajuan pengiriman.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Lubis & Sitorus (2023) Jurnal Manajemen Bisnis, 5(2), 209–218	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen</li> <li>2. Keamanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen</li> <li>3. Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen</li> </ol>	Penelitian terdahulu meneliti objek berupa pelanggan Maxim di Kota Batam, sedangkan penelitian sekarang menggunakan objek berupa konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru
2	(Tartiani & Fariscka, 2023) Journal of Economics and Business UBS, 12(3), 1839–1860.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan</li> <li>2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.</li> <li>3. Kemudahan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.</li> </ol>	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kemudahan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan.
	(Aprilia <i>et al.</i> , 2022) Management Studies and Entrepreneurship Journal, 3(4), 1980–1987.	Analisis Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Engagement</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Produk Kosmetik (Survei Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik Maybelline di Kota Sukabumi)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Brand Trust</i> tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan</li> <li>2. <i>Brand Engagement</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.</li> </ol>	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen <i>brand trust</i> dan <i>brand engagement</i> , sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Wahyuning sih & Nirawati (2022) Jurnal Pendidikan Ekonomi, 7(3), 435–445.	Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana	1. Kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen 2. Keamanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kemudahan dan keamanan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan
2	(Hanifah & Nio, 2023) Jurnal Riset Psikologi, 6(1), 1–12.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Shopee Di Kota Padang	1. Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kepercayaan sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan
3	(Rahma & Ekowati, 2022) Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, 3(1), 10–17.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee	1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan 2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kualitas pelayanan dan kepercayaan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan.
4	(Sundoro <i>et al.</i> , 2022) Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 7(11),	Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee (Studi Kasus Pada	1. Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan 2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. 3. Persepsi harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kepuasan, kepercayaan, dan persepsi harga, sedangkan penelitian sekarang menggunakan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

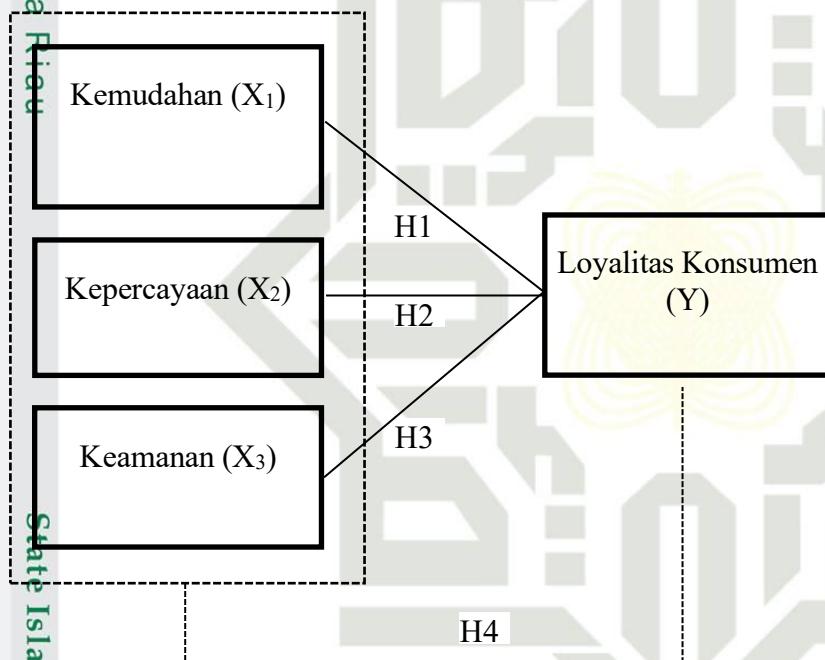
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
16940–16956.	Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Semarang)			variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan.
(Nurhidaya h <i>et al.</i> , 2021) Prosiding BIEMA, 2(1), 942–955.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay	1. <i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan 2. <i>Brand Trust</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.		Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen <i>brand image</i> dan <i>brand trust</i> , sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan
9	(Cori <i>et al.</i> , 2021) Journal of Sustainability Business Research, 2(1), 431–441.	Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa PGSD Universitas PGRI Adi Buana Surabaya	1. Kualitas berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan 2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. 3. Kemudahan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kualitas, kepercayaan, dan kemudahan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan.
10	(Putra, 2017) Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 4(2), 1–10.	Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Online	1. Kepuasan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan 2. Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kepuasan dan kepercayaan, sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel independen yaitu kemudahan, kepercayaan dan keamanan.

## 2.6 Kerangka Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), kerangka berpikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntutan untuk mencegah masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan kualitatif.

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber : ( Robin & Evyanto, 2023 : Jasfar, 2015 : Kotler & Keller, 2018 )

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Ha<sup>1</sup>: Diduga kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>1</sup>: Diduga kemudahan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>2</sup>: Diduga kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>2</sup>: Diduga kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>3</sup>: Diduga keamanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>3</sup>: Diduga keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>4</sup>: Diduga kemudahan, kepercayaan dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.
- Ha<sup>4</sup>: Diduga kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop di Kota Pekanbaru.

**2.8 Variabel Penelitian**

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (Independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1 = kemudahan

X2 = kepercayaan

X3 = keamanan

Variabel Terikat (*Dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Y= loyalitas konsumen.

Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kemudahan (X <sub>1</sub> )	Kemudahan merupakan sejauh mana pengguna menganggap sistem mudah dipelajari dan dioperasikan tanpa memerlukan banyak latihan (Tjiptono, 2014).	1) Sistem tentunya akan lebih mudah untuk digunakan 2) Kebutuhan pengguna dapat dengan mudah diakomodasi oleh sistem. 3) Memanfaatkan sistem akan meningkatkan kemampuan pengguna. 4) Sistem dapat digunakan dengan sedikit usaha. (Robin & Evyanto, 2023)	<i>Likert</i>
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	<i>Trust</i> adalah harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya (Siagian & Cahyono, 2014)	1. Persepsi Integritas ( <i>Integrity</i> ) 2. Persepsi Kebaikan ( <i>Benevolence</i> ) 3. Persepsi Kompetensi ( <i>Competence</i> ). (Jasfar, 2015)	<i>Likert</i>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keamanan (X <sub>3</sub> )	Keamanan adalah kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi (Suryadharma & Budyastuti, 2018)	1) Jaminan keamanan 2) Kerahasiaan data 3) Nomor resi pengiriman sebagai bukti pembelian  (Robin & Evyanto, 2023)	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai (Kotler & Keller, 2018).	1. Kesetiaan terhadap pembelian produk 2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan 3. Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan (Kotler & Keller, 2018)	Likert

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Pekanbaru, tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru. Penelitian ini di mulai pada bulan Juli 2024 sampai dengan November 2025.

### 3.2 Jenis dan Sumber Data

#### 3.2.1 Jenis Data

##### a. Data kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto (Sugiyono, 2017).

##### b. Data kuantitatif

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Data Kuantitatif. Data Kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring (Sugiyono, 2017).

#### 3.2.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

##### a. Data primer

Menurut Sugiyono (2017) Data primer adalah sumber data yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah ini diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.

b. Data sekunder

Menurut Pendapat dari Sugiyono (2017), Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang memberikan data kepada pengumpul. Data ini biasanya melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan, atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen di Kota Pekanbaru yang pernah berbelanja di Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang diwakili oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Metode pengambilan sampel dalam



UN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu :

- a. Konsumen yang pernah berbelanja di Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru pada tahun 2024 - 2025
- b. Konsumen yang berusia >17 tahun.

Oleh karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran sebagai berikut: (Sugiyono, 2017)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel yang diperlukan  
Z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%  
p : Peluang Benar 50%  
q : Peluang Salah 50%  
Moe : *Margin of Error* atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut: (Sugiyono, 2017)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04, \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 100 responden.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**3.4 Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2017) metode pengumpulan data adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat dibuktikan, dikembangkan pengetahuan sehingga dapat digunakan memecahkan dan mengantisipasi masalah. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dengan cara sebagai berikut:

**3.4.1 Kuisisioner**

Kuesisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesisioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan dimensi, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesisioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

**3.4.2 Studi Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang melibatkan pencatatan peristiwa yang telah terjadi, yang dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya penting dari individu maupun Lembaga (Sugiyono, 2017). Dokumentasi bertujuan untuk menyediakan bukti-bukti yang relevan dalam penelitian, sehingga peneliti dapat mengakses informasi historis atau data sekunder yang mendukung analisis dan kesimpulan penelitian. Menggunakan dokumentasi, peneliti dapat mengumpulkan informasi berbagai sumber yang telah ada sebelumnya, seperti arsip, laporan, atau publikasi, untuk memperkuat



### 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru.

#### 3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2017), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah:

- 1) Jika  $r$  hitung >  $r$  tabel maka pernyataan kuesioner tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung <  $r$  tabel maka pernyataan kuesioner tersebut tidak valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2017), uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kousioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha*



UN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,60. Menurut Ghozali (2017) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>0,60$ .

### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

#### **a. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2017), Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $>0,05$ . Dan dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari regional dan/tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghazali (2017), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan/*variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Dasar analisis:

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**c. Uji Multikolinieritas.**

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independen, jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinieritas. Ghazali (2017) menyatakan bahwa jika pada model regresi mengandung gejala multikolinieritas berarti terjadi korelasi (mendekati sempurna) antarvariabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variable bebas terdapat variabel terikat. Jika nilai VIF tidak lebih dari 5, maka model

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak terdapat multikolonieritas, artinya tidak adanya hubungan antarvariabel bebas.

### 3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda

Teknik regresi linier berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga hubungan fungsional antara variabel tergantung dengan variabel bebas.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

b = Koefesien Regresi

X<sub>1</sub> = Kemudahan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Keamanan

e = Tingkat Kesalahan (error)

### 3.5.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Menurut Ghozali (2017) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel kemudahan (X<sub>1</sub>) kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan keamanan (X<sub>3</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dependen loyalitas konsumen (Y).

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini menurut Ghozali (2017) adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig < \alpha$  maka:

$H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara kemudahan (X1) kepercayaan (X2) dan keamanan (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y).

2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig > \alpha$  maka:

$H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kemudahan (X1) kepercayaan (X2) dan keamanan (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y).

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan yang diberikan variabel babas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan dasar pengambilan sebagai berikut (Ghozali, 2017):

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , atau  $sig < 0,05$  maka terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , atau  $sig > 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2017), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai AdjustedR2. Analisis



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

0	= Tidak Berkorelasi
01, - 0,20	= Sangat Rendah
0,21 – 0,40	= Rendah
0,41 – 0,60	= Agak Rendah
0,61 – 0,80	= Cukup
0,81 – 0,99	= Tinggi
1	= Sangat Tinggi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 4.1 Sejarah Singkat Hello Shopping Pekanbaru

Hello Shopping Pekanbaru merupakan sebuah toko ritel yang bergerak di bidang penjualan perlengkapan rumah tangga. Toko ini didirikan pada tahun 2019 dan berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 123, Kota Pekanbaru, Riau. Sejak awal berdirinya, Hello Shopping Pekanbaru telah berfokus pada penyediaan berbagai produk rumah tangga yang unik, estetik, dan fungsional, namun tetap ditawarkan dengan harga yang terjangkau. Sasaran pasar utama toko ini adalah kalangan milenial dan keluarga muda yang ingin menciptakan suasana rumah yang nyaman dan modern.

Hello Shopping Pekanbaru merupakan toko yang menjual berbagai perlengkapan rumah tangga yang unik dan estetik dengan harga terjangkau. Produk-produk yang ditawarkan mencakup peralatan dapur, dekorasi rumah, perabot multifungsi, hingga kebutuhan harian yang dirancang dengan desain menarik dan kekinian. Dengan mengutamakan kualitas dan gaya, Hello Shopping Pekanbaru hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin mempercantik rumah tanpa harus menguras kantong. Toko ini menjadi pilihan tepat bagi mereka yang mencari barang-barang rumah tangga yang tidak hanya berguna tetapi juga menambah nilai estetika ruangan.

Hello Shopping Pekanbaru merupakan sebuah toko ritel modern yang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bergerak di bidang penjualan berbagai perlengkapan rumah tangga. Toko ini dikenal dengan konsepnya yang menawarkan produk-produk unik, estetik, dan fungsional dengan harga yang relatif terjangkau. Berlokasi di kota Pekanbaru, Hello Shopping menjadi destinasi belanja favorit masyarakat lokal, khususnya kalangan muda dan keluarga muda yang mengutamakan desain interior rumah yang menarik namun tetap ekonomis.

Hello Shopping Pekanbaru menyediakan berbagai jenis barang seperti peralatan dapur, perabot rumah tangga, wadah penyimpanan, dekorasi interior, hingga perlengkapan organizer dengan desain minimalis dan kekinian. Selain itu, toko ini juga aktif memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya dan menjangkau konsumen secara lebih luas. Dengan pelayanan yang ramah dan suasana toko yang nyaman, Hello Shopping Pekanbaru berkomitmen untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan inspiratif bagi para pelanggannya.

#### 4.2 Struktur Organisasi Hello Shopping Pekanbaru

Pada umumnya setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Perusahaan yang mempunyai struktur organisasi berbeda-beda satu dengan yang lainnya tergantung dari tujuan perusahaan tersebut, sumber daya yang dimilikinya dan lingkungan yang melingkapinya. Namun pada hakekatnya mempunyai prinsip yang sama agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien. Struktur organisasi dapat dikatakan sebagai hubungan kerja antara satu bagian dengan bagian lainnya agar semua kegiatan perusahaan selesai pada waktunya, yang pada dasarnya bertujuan

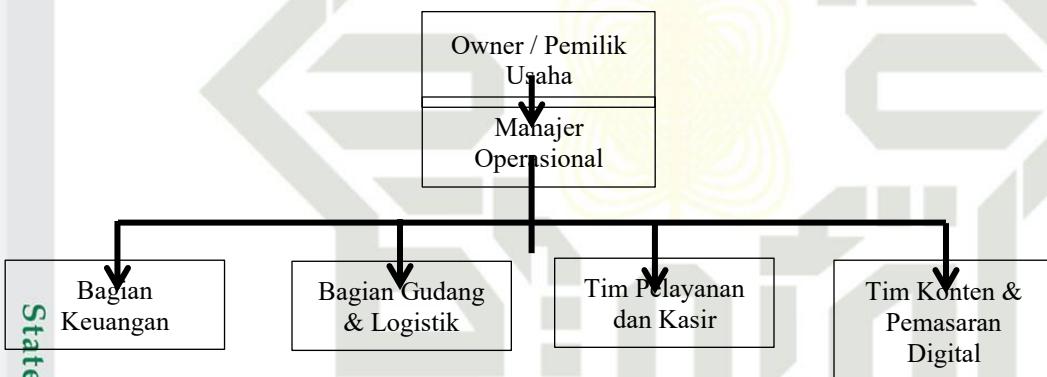
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mencapai kepuasan baik terhadap kebijakan perusahaan sebagai pengelola maupun tenaga kerja sebagai operasionalnya. Sebuah perusahaan yang besar maupun kecil tentunya sangat memerlukan adanya struktur organisasi perusahaan, yang menerangkan kepada seluruh karyawan untuk mengerti apa tugas dan batasan-batasan tugasnya, kepada siapa dia bertanggung jawab sehingga pada akhirnya aktifitas akan berjalan secara sistematis dan terkoordinir.

Struktur organisasi Hello Shopping Pekanbaru bersifat sederhana namun fungsional, terdiri atas beberapa bagian utama sebagai berikut:

**Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Hello Shopping Pekanbaru**



Sumber : Hello Shopping Pekanbaru, 2025

Berikut uraian tugas masing-masing bagian:

**1. Owner / Pemilik Usaha**

Tugasnya meliputi:

- a. Memiliki tanggung jawab penuh atas keseluruhan arah dan kebijakan perusahaan.
- b. Menyediakan modal dan menetapkan visi serta misi usaha.
- c. Mengawasi dan mengevaluasi kinerja manajemen dan operasional secara keseluruhan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Membuat keputusan strategis, termasuk perluasan usaha, kerja sama, dan pengembangan produk.

**2. Manajer Operasional**

Tugasnya meliputi:

- a. Mengelola operasional harian toko agar berjalan efisien dan sesuai standar.
- b. Membuat jadwal kerja karyawan, mengatur shift, dan memastikan kedisiplinan staf.
- c. Memastikan ketersediaan stok dan kelancaran alur barang dari gudang ke display toko.
- d. Menyampaikan laporan operasional kepada pemilik usaha secara berkala.

**3. Bagian Keuangan**

Tugasnya meliputi:

- a. Bertanggung jawab atas pencatatan seluruh transaksi keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran.
- b. Menyusun laporan keuangan bulanan.
- c. Mengelola kas harian, penggajian karyawan, serta pelaporan pajak usaha.
- d. Mengontrol pengeluaran agar sesuai dengan anggaran toko.

**4. Bagian Gudang & Logistik**

Tugasnya meliputi:

- a. Menerima dan memeriksa barang dari supplier.
- b. Menyimpan barang dengan rapi dan aman di area gudang.
- c. Menyiapkan dan mengirim barang ke area display toko sesuai permintaan.



UN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Melakukan stok opname secara berkala dan melaporkan selisih jika ada.

Tim Pelayanan dan Kasir

Tugasnya meliputi:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah dan informatif, termasuk memberi rekomendasi produk.
  - b. Menjaga kebersihan dan kerapihan area display.
  - c. Melakukan proses transaksi penjualan di kasir secara cepat dan akurat.
  - d. Menyampaikan informasi promo atau produk baru kepada pengunjung toko.
6. Tim Konten & Pemasaran Digital
    - a. Mengelola akun media sosial toko (Instagram, TikTok, dll).
    - b. Membuat konten promosi produk, foto, dan video yang menarik.
    - c. Berinteraksi dengan pengikut media sosial dan menjawab pertanyaan calon pelanggan.
    - d. Membantu promosi penjualan online dan campaign diskon sesuai kalender pemasaran.

#### 4.3 Visi dan Misi Hello Shopping Pekanbaru

Adapun visi dari Hello Shopping Pekanbaru yaitu :

Menjadi toko perlengkapan rumah tangga pilihan utama masyarakat

Pekanbaru dengan produk yang estetik, berkualitas, dan terjangkau.

Sedangkan misi dari Hello Shopping Pekanbaru yaitu :

1. Menyediakan produk rumah tangga dengan desain terkini dan fungsi optimal.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4.4 Strategi Pemasaran Hello Shopping Pekanbaru

Dalam upaya meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar, Hello Shopping Pekanbaru menerapkan beberapa strategi pemasaran, di antaranya:

1. Promosi melalui media sosial: aktif di platform seperti Instagram dan TikTok untuk menampilkan produk, ide penataan rumah, serta promosi diskon.
2. *Customer engagement*: membuat konten interaktif, giveaway, dan kolaborasi dengan influencer lokal.
3. Display produk menarik: mengatur tata letak toko secara tematik agar pembeli mendapat inspirasi saat berbelanja.
4. Pelayanan ramah dan responsif: staf toko dilatih untuk membantu pelanggan dengan baik, terutama dalam memberikan rekomendasi produk.
5. Penjualan online: menyediakan layanan pemesanan melalui chat dan marketplace lokal guna menjangkau pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke toko

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya semakin tinggi kemudahan maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen dan sebaliknya semakin rendah kemudahan maka akan semakin rendah loyalitas konsumen.

2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya semakin tinggi kepercayaan maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan maka akan semakin rendah loyalitas konsumen.

Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Artinya semakin tinggi keamanan maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen dan sebaliknya semakin rendah keamanan maka akan semakin rendah loyalitas konsumen.

#### Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat diberikan saran sebagai berikut :

Bagi Hello Shopping Pekanbaru untuk meningkatkan kemudahan, kepercayaan dan keamanan berbelanja sehingga nanti akan meningkatkan loyalitas konsumen.



UIN SUSKA RIAU

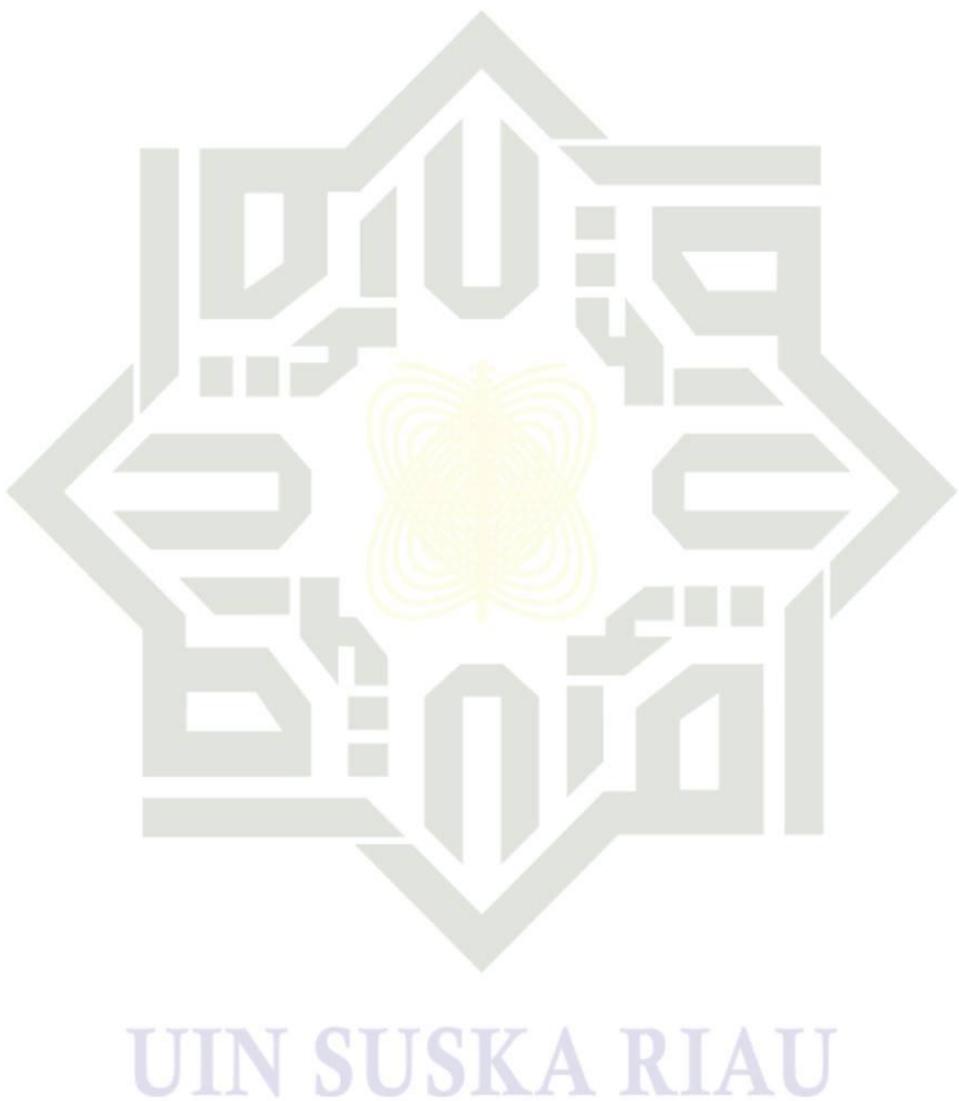
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu harga dan kualitas produk.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adirassaty, A., & Hubbansyah, A. K. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Tiktok Shop Melalui Brand Image Pada Generasi Z. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(7), 138–142.
- Akbar, M. A., & Alam, N. A. (2020). *E-Commerce Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Aprilia, R., Komariah, K., & Norisanti, N. (2022). Analisis Pengaruh Brand Trust dan Brand Engagement Terhadap Brand Loyalty Produk Kosmetik (Survei Pada Wanita Pengguna Produk Kosmetik Maybelline di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1980–1987.
- S., & Pavlou, P. A. (2014). Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior. *MIS Quarterly: Research Article*, 26(3), 243–268.
- Causnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA). *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 111–122.
- Cori, O. P. P., Menuk, C., & Arianto, B. (2021). Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa PGSD Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 431–441.
- Gaffar, V. (2018). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Alfabeta.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2015). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2015). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hanifah, H., & Nio, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Shopee Di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 6(1), 1–12.
- Jasfar, F. (2015). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Katadata.co.id. (2023a). *Pangsa Pasar TikTok Shop Diprediksi Melesat pada 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/04/sebelum-tutup-di-indonesia-pangsa-pasar-tiktok-shop-diprediksi-melesat-pada-2023>
- Katadata.co.id. (2023b). *TikTok Shop Ditutup Hari Ini, Berapa Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia?* <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/fac3b655fb1569f/tiktok-shop-ditutup-hari-ini-berapa-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia>
- Katadata.co.id. (2024). *Shopee, e-Commerce yang Paling Diandalkan Gen Z dan Milenial Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/06/08/shopee-e-commerce-yang-paling-diandalkan-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lang, K. C., Daud, D., Piew, T. H., & Keoy, K. H. (2011). Perceived Risk,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, International Journal of Business and Management*, 6(6).
- Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 2(3), 709–734.
- Nidhom, A. (2017). *Interaksi Komputer Dan Manusia*. Ahli Media Book.
- Nurhidayah, A., Yuliniar, & Pangestuti, D. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan E-Wallet Gopay. *Prosiding BIEMA*, 2(1), 942–955.
- Oliver, R. L. (2017). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*. ME Sharp Incorporated.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 69–103.
- Putra, D. P. (2017). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–10.
- Rahma, A. W., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 3(1), 10–17.
- Rangkuti, F. (2017). *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama.
- Robin, R., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Lion Parcel. *Ecobuss*, 6(1), 117–128.
- Schiffman, & Kanuk. (2013). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Stagian, H., & Cahyono, H. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 1–11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Alfabeta.
- Sundoro, F. M., Suhardjo, Y., & Nisa, U. K. (2022). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Semarang). *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11), 16940–16956.
- Suryyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic.
- Suryadharma, & Budyastuti, T. (2018). *Sistem Informasi Manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sutisna. (2019). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tartiani, Y. A. T., & Fariscka, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1839–1860.
- Tiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tinggal, A. W. (2019). *Dasar-Dasar Customer Relationship Managemen (CRM)*.



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

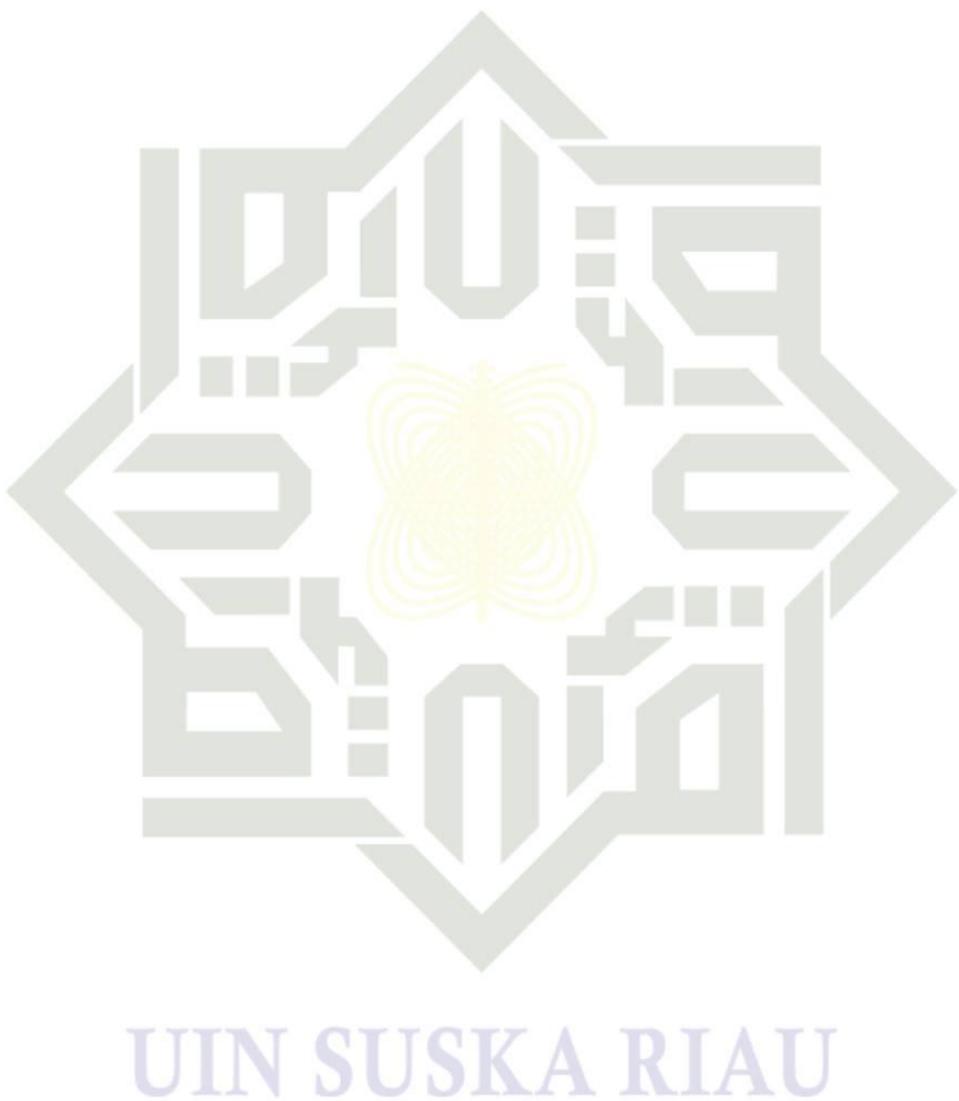
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harvindo.

Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. *Jurkami: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(3), 435–445.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### I. Pengantar

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, saya bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Tiktokshop Hello Shopping Pekanbaru”**. Guna menyelesaikan tugas akhir tersebut, penulis mohon bantuan data dan informasi yang sesungguhnya dari saudara/i sebagai responden terpilih. Atas bantuan dan partisipasinya diucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Firman Maulana

#### II. Identitas Responden

Nama	:		
Jenis Kelamin	:	<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
Umur	:	<input type="checkbox"/> >17-20 tahun	<input type="checkbox"/> 26-30 tahun
		<input type="checkbox"/> 21-25 tahun	<input type="checkbox"/> 31-35 tahun
		<input type="checkbox"/> 36-40 tahun	<input type="checkbox"/> >40 tahun
Pekerjaan/status	:	<input type="checkbox"/> ASN	
		<input type="checkbox"/> Wirausaha	
		<input type="checkbox"/> Pelajar/mahasiswa	
		<input type="checkbox"/> Profesional (Dokter, Akuntan, Pengacara, Arsitek, dll)	
		<input type="checkbox"/> Lainnya _____	

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pendapatan/bulan :  < Rp.1.500.000

Rp.1.500.000 – Rp.2.500.000

Rp.2.500.000 – Rp.3.500.000

> Rp.3.500.000

Sudah pernah membeli produk Hello Shopping Pekanbaru:  Ya  Tidak

**III. Variabel Penelitian**

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda checklist (✓) pada jawaban yang telah tersedia sesuai dengan anggapan Bapak/Ibu/Saudara/i dengan alternatif jawaban antara lain:

Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

**LOYALITAS KONSUMEN**

No State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Kesetiaan terhadap pembelian produk</b>						
1.	Saya akan membeli produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop setiap kali membutuhkan alat-alat rumah tangga					
2.	Saya selalu membeli kembali produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop					
<b>Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan</b>						
3.	Banyak toko lain yang menawarkan produk yang sama, namun saya tidak akan berpaling dari produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop					
4.	Ulasan negatif mengenai produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop tidak mengganggu saya untuk tetap membeli produk					
<b>Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan</b>						

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
5.	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop					
6.	Saya merekomendasikan promo dan diskon yang diberikan Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop					

**KEMUDAHAN**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Sistem tentunya akan lebih mudah untuk digunakan</b>						
1	Saya merasa sistem TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru mudah digunakan					
2	Saya tidak mengalami kesulitan saat pertama kali menggunakan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru.					
<b>Kebutuhan pengguna dapat dengan mudah diakomodasi oleh sistem</b>						
3	TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru mampu memenuhi kebutuhan saya dengan mudah.					
4	Informasi yang saya butuhkan mudah ditemukan saat menggunakan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru.					
<b>Memanfaatkan sistem akan meningkatkan kemampuan pengguna</b>						
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Penggunaan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru membantu saya menjadi lebih terampil dalam berbelanja online.					
	Saya merasa lebih percaya diri dalam berbelanja online setelah menggunakan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru.					
<b>Sistem dapat digunakan dengan sedikit usaha</b>						
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Saya tidak perlu banyak waktu atau tenaga untuk memahami cara kerja TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru.					
	Saya dapat menyelesaikan transaksi di TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru tanpa bantuan orang lain.					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KEPERCAYAAN**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Persepsi Integritas (Integrity)</b>						
1.	Saya percaya bahwa Hello Shopping Pekanbaru di TikTok Shop menyampaikan informasi produk dengan jujur.					
2.	Hello Shopping Pekanbaru menjalankan transaksi sesuai dengan janji yang telah diberikan.					
<b>Persepsi Kebaikan (Benevolence)</b>						
3.	Saya merasa bahwa Hello Shopping Pekanbaru benar-benar peduli terhadap kepuasan konsumennya.					
4.	Hello Shopping Pekanbaru memberikan pelayanan yang menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai pelanggan.					
<b>Persepsi Kompetensi (Competence)</b>						
5.	Saya yakin bahwa Hello Shopping Pekanbaru memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola transaksi online.					
6.	Hello Shopping Pekanbaru mampu menyelesaikan masalah atau keluhan pelanggan secara profesional.					

**KEAMANAN**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Jaminan keamanan</b>						
1.	Saya merasa aman saat melakukan transaksi pembelian di Hello Shopping Pekanbaru melalui TikTok Shop.					
2.	Saya percaya sistem TikTok Shop memiliki perlindungan yang baik terhadap risiko penipuan saat berbelanja.					
<b>Kerahasiaan data</b>						
3.	Saya yakin informasi pribadi saya tidak akan disalahgunakan oleh Hello Shopping Pekanbaru.					
4.	Data pribadi saya seperti alamat dan					

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	nomor telepon dijaga kerahasiaannya oleh pihak Hello Shopping Pekanbaru.					
<b>Nomor resi pengiriman sebagai bukti pembelian</b>						
5.	Hello Shopping Pekanbaru selalu memberikan nomor resi pengiriman setelah transaksi dilakukan.					
6.	Saya dapat memantau status pengiriman barang dengan mudah menggunakan nomor resi yang diberikan.					

**Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Google Form**

No.	Kemudahan (X1)								Total.X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	4	5	4	3	5	5	5	4	35
2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
3	4	5	4	3	4	3	3	4	30
4	4	5	3	3	3	2	3	4	27
5	3	4	2	2	2	2	3	3	21
6	3	5	4	4	4	4	5	4	33
7	3	4	3	2	3	2	2	5	24
8	4	4	2	2	2	2	2	3	21
9	3	5	4	5	5	5	5	5	37
10	4	5	5	4	4	3	4	5	34
11	3	4	2	2	2	3	3	4	23
12	4	5	4	3	4	4	5	5	34
13	3	4	4	4	3	4	4	3	29
14	3	4	2	2	4	4	3	4	26
15	3	5	3	4	3	3	4	5	30
16	5	4	4	5	5	4	4	5	36
17	2	4	3	3	4	3	4	4	27
18	3	4	2	2	2	2	3	4	22
19	2	4	2	2	2	2	3	4	21
20	3	5	5	5	4	4	5	5	36
21	3	4	2	2	2	2	3	4	22
22	4	4	2	4	4	4	3	4	29
23	3	4	4	3	2	3	4	3	26
24	2	4	2	2	2	2	3	4	21

**@ Hak cipta milik UIN Suska Riau**

No.	Kemudahan (X1)								Total.X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
25	4	4	4	3	3	2	5	4	29
26	4	4	5	4	5	5	5	5	37
27	4	4	5	4	4	4	4	4	33
28	3	4	3	3	3	4	4	4	28
29	5	5	5	4	5	4	4	4	36
30	4	3	2	2	2	2	4	3	22
31	5	4	4	4	5	3	4	4	33
32	4	4	5	5	5	5	5	5	38
33	4	5	4	4	4	4	4	5	34
34	3	4	2	3	2	2	3	3	22
35	4	5	3	4	4	4	4	4	32
36	3	4	4	2	3	3	4	3	26
37	3	3	2	2	2	2	2	4	20
38	4	5	3	4	4	2	4	4	30
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	4	4	5	5	5	5	5	5	38
41	4	3	2	2	2	2	2	3	20
42	5	4	5	4	3	4	4	4	33
43	5	4	2	2	4	3	3	4	27
44	4	5	5	3	5	4	4	4	34
45	3	3	3	4	3	3	2	2	23
46	4	4	4	3	3	2	4	4	28
47	3	2	2	2	2	2	4	4	21
48	5	4	5	5	5	5	5	5	39
49	3	4	4	3	2	3	3	2	24
50	5	3	5	5	4	5	4	5	36
51	3	4	3	4	4	4	3	5	30
52	3	4	3	3	3	3	3	3	25
53	4	2	3	2	4	2	2	3	22
54	4	4	5	3	4	4	3	4	31
55	4	4	4	4	3	3	3	4	29
56	3	5	5	5	4	4	5	5	36
57	3	4	4	4	4	4	3	4	30
58	2	3	4	4	4	3	2	2	24
59	3	4	3	2	3	2	2	2	21
60	3	4	5	4	5	3	4	2	30
61	3	3	4	2	3	2	2	4	23
62	4	4	4	3	4	2	3	2	26
63	4	4	4	5	5	3	4	3	32

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### © Hak Cipta milik UIN Suska Riau

No.	Kemudahan (X1)								Total.X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
64	4	5	5	5	5	4	5	4	37
65	4	4	4	5	4	3	3	5	32
66	4	3	4	2	3	3	3	5	27
67	4	3	3	2	3	2	2	4	23
68	5	4	4	3	3	3	5	4	31
69	4	4	3	2	3	3	2	2	23
70	3	4	5	3	5	4	3	2	29
71	4	4	5	3	3	4	3	4	30
72	4	4	3	2	2	3	3	2	23
73	4	4	5	3	4	4	3	4	31
74	3	5	5	3	5	4	3	4	32
75	5	5	5	5	5	5	4	5	39
76	4	5	5	5	5	5	5	5	39
77	4	4	5	4	4	4	4	5	34
78	4	3	4	4	2	2	3	2	24
79	5	5	4	3	5	5	4	3	34
80	5	2	4	5	4	4	3	4	31
81	4	4	5	2	4	4	3	5	31
82	3	2	3	2	3	2	2	2	19
83	4	4	5	2	4	4	3	5	31
84	5	5	5	4	4	5	4	5	37
85	5	4	4	2	3	2	3	2	25
86	4	5	5	4	5	5	5	5	38
87	4	4	4	4	5	4	4	4	33
88	4	5	5	5	5	5	5	5	39
89	2	2	2	1	2	2	2	2	15
90	3	3	4	3	4	4	5	5	31
91	3	4	5	5	5	5	3	5	35
92	2	3	2	2	4	2	2	4	21
93	3	3	4	3	4	4	4	5	30
94	3	3	3	2	4	3	2	4	24
95	2	2	2	4	4	2	2	3	21
96	2	2	2	3	2	2	2	2	17
97	5	5	4	4	5	5	4	4	36
98	3	3	2	2	4	2	2	5	23
99	5	4	3	5	5	4	4	4	34
100	4	5	2	3	4	3	3	3	27

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Kepercayaan (X2)						Total.X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	3	4	3	4	4	4	22
2	2	2	2	2	3	3	14
3	4	4	3	4	4	4	23
4	2	3	2	3	3	3	16
5	3	2	2	2	2	2	13
6	5	4	3	5	4	4	25
7	3	3	3	3	3	4	19
8	2	2	2	3	3	3	15
9	4	5	5	5	4	4	27
10	3	4	5	5	4	4	25
11	2	2	2	3	3	3	15
12	4	3	5	5	4	5	26
13	3	2	4	4	3	4	20
14	3	2	3	2	4	4	18
15	4	3	2	2	2	2	15
16	4	4	5	5	4	5	27
17	2	3	3	2	3	3	16
18	4	3	3	4	4	4	22
19	4	2	2	2	2	3	15
20	5	4	5	4	4	4	26
21	2	3	4	4	4	4	21
22	2	4	5	5	5	4	25
23	3	3	4	3	3	3	19
24	4	2	2	2	2	3	15
25	4	3	3	5	3	3	21
26	4	5	5	5	4	4	27
27	3	3	5	5	4	3	23
28	3	2	2	2	3	3	15
29	4	4	3	5	3	5	24
30	2	3	2	4	3	3	17
31	4	5	3	5	3	4	24
32	4	3	4	5	5	5	26
33	3	5	3	4	3	3	21
34	2	3	2	3	3	3	16
35	4	5	3	5	4	4	25
36	3	4	2	3	4	4	20

**@ Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

No.	Kepercayaan (X2)						Total.X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
37	2	2	2	3	4	4	17
38	2	5	4	5	4	4	24
39	3	3	3	3	4	3	19
40	5	4	5	4	5	3	26
41	4	2	4	5	3	3	21
42	4	5	5	5	4	4	27
43	2	3	2	2	3	3	15
44	4	4	4	5	5	4	26
45	2	2	3	3	3	3	16
46	3	2	3	4	4	3	19
47	2	5	2	3	3	3	18
48	4	3	5	5	4	5	26
49	3	2	3	2	2	2	14
50	4	5	4	4	4	4	25
51	2	3	3	3	4	3	18
52	5	5	2	2	3	3	20
53	2	4	4	4	4	3	21
54	2	4	4	4	4	5	23
55	2	4	4	4	3	3	20
56	4	5	4	4	5	5	27
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	2	2	2	2	2	13
59	3	3	4	3	4	4	21
60	3	3	4	5	5	5	25
61	5	4	4	5	4	3	25
62	4	5	5	5	5	4	28
63	4	4	4	5	4	4	25
64	2	4	5	4	4	5	24
65	5	4	5	4	4	4	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	2	4	3	2	4	4	19
68	3	4	5	5	5	5	27
69	3	2	2	2	4	4	17
70	4	4	3	3	3	4	21
71	4	2	5	3	3	3	20
72	2	2	2	2	2	1	11
73	4	5	5	5	4	4	27
74	2	4	4	4	4	4	22
75	2	4	5	4	4	4	23

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Kepercayaan (X2)						Total.X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
76	5	3	4	2	3	3	20
77	2	5	4	4	5	5	25
78	3	3	3	3	4	4	20
79	5	4	5	5	4	4	27
80	4	2	5	5	5	4	25
81	2	4	4	3	4	4	21
82	4	3	4	2	3	3	19
83	3	4	4	3	3	3	20
84	5	3	4	4	3	3	22
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	5	5	4	5	4	26
87	2	3	3	3	3	3	17
88	5	5	4	5	5	5	29
89	3	2	2	2	2	2	13
90	4	4	4	4	5	5	26
91	5	3	3	5	2	5	23
92	3	3	2	2	3	2	15
93	3	5	3	4	3	3	21
94	5	4	4	3	4	4	24
95	4	3	2	2	3	3	17
96	2	3	3	2	2	2	14
97	4	5	5	5	5	4	28
98	5	4	2	4	3	4	22
99	4	5	4	5	5	5	28
100	4	4	2	4	5	5	24

No.	Keamanan (X3)						Total.X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	3	5	4	5	3	4	24
2	2	4	2	2	2	2	14
3	5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	3	4	23
5	2	2	2	2	2	3	13
6	5	5	4	5	5	5	29
7	4	4	2	4	4	3	21
8	3	2	3	2	2	2	14
9	4	5	4	4	5	5	27

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	Keamanan (X3)						Total.X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
10	3	4	3	3	4	3	20
11	2	2	2	2	3	3	14
12	5	5	5	5	5	2	27
13	4	4	4	4	1	1	18
14	2	2	2	2	3	3	14
15	4	4	3	4	4	1	20
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	4	3	3	3	3	19
18	3	3	2	3	4	4	19
19	4	4	4	4	4	3	23
20	4	4	5	5	4	5	27
21	2	2	2	2	4	2	14
22	4	4	3	4	5	3	23
23	2	2	2	2	2	2	12
24	3	3	2	3	3	3	17
25	4	3	4	4	4	4	23
26	5	2	5	5	5	5	27
27	3	2	3	4	4	3	19
28	2	4	4	4	5	4	23
29	4	5	5	4	5	5	28
30	2	2	2	2	2	2	12
31	4	4	5	3	4	3	23
32	5	4	4	4	5	5	27
33	3	3	3	3	4	3	19
34	2	4	2	2	2	2	14
35	5	5	5	4	5	5	29
36	4	4	4	5	5	1	23
37	3	3	3	3	4	2	18
38	5	5	5	4	5	4	28
39	3	4	4	5	2	2	20
40	4	4	3	4	5	3	23
41	3	2	2	2	3	2	14
42	5	4	5	4	5	4	27
43	3	2	4	2	4	3	18
44	4	4	5	5	5	5	28
45	3	2	5	4	4	4	22
46	4	4	4	2	3	3	20
47	2	2	2	4	2	2	14
48	5	4	5	5	4	5	28



**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

No.	Keamanan (X3)						Total.X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
49	3	3	2	3	3	2	16
50	5	2	5	5	3	3	23
51	2	4	3	2	3	3	17
52	4	5	3	3	2	5	22
53	2	2	2	2	2	2	12
54	2	3	3	3	3	4	18
55	3	2	3	2	3	3	16
56	5	5	5	5	1	5	26
57	4	3	2	3	3	4	19
58	2	2	3	2	3	2	14
59	4	4	5	4	5	1	23
60	2	3	2	2	2	2	13
61	3	2	3	3	5	3	19
62	2	4	4	2	3	2	17
63	4	5	5	5	5	4	28
64	2	3	3	2	2	2	14
65	5	5	4	5	4	4	27
66	4	4	3	3	5	3	22
67	2	2	2	2	3	2	13
68	3	3	3	2	5	3	19
69	4	4	2	3	3	2	18
70	2	5	5	5	5	4	26
71	4	3	2	3	4	3	19
72	2	2	3	4	1	2	14
73	4	5	4	5	5	5	28
74	2	2	1	2	2	2	11
75	4	4	3	3	3	1	18
76	5	5	4	4	5	5	28
77	4	3	5	3	3	3	21
78	2	2	2	2	2	2	12
79	5	4	4	4	5	4	26
80	4	3	3	3	3	3	19
81	2	2	2	2	2	2	12
82	3	3	3	3	3	3	18
83	4	2	4	2	4	4	20
84	5	4	5	5	5	5	29
85	2	2	2	3	3	2	14
86	5	3	3	4	3	4	22

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No.	Keamanan (X3)						Total.X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
87	2	2	2	2	3	2	13
88	5	5	4	5	5	5	29
89	2	2	2	2	2	3	13
90	4	4	4	2	4	4	22
91	5	5	5	3	5	5	28
92	2	3	2	4	3	2	16
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	4	4	5	5	5	28
95	4	3	4	3	4	4	22
96	2	2	2	2	2	2	12
97	5	3	2	4	5	5	24
98	2	2	4	3	3	3	17
99	5	5	5	5	4	4	28
100	4	3	3	4	3	3	20

No.	Loyalitas Konsumen (Y)						Total.Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	4	2	4	5	2	5	22
2	3	3	3	3	3	3	18
3	5	4	4	4	4	4	25
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	2	3	2	16
6	5	5	5	5	4	4	28
7	4	3	4	3	4	3	21
8	3	3	3	3	3	3	18
9	5	5	4	5	5	5	29
10	2	4	4	4	4	4	22
11	3	3	3	3	3	4	19
12	5	5	4	4	4	4	26
13	4	4	3	3	3	4	21
14	3	3	3	3	4	4	20
15	3	3	3	3	3	3	18
16	4	5	5	5	4	4	27
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	3	4	4	4	4	23
19	3	3	3	3	3	3	18
20	5	5	4	5	4	5	28
21	3	1	2	3	4	4	17

No.	Loyalitas Konsumen (Y)						Total.Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
22	4	4	4	4	4	4	24
23	2	3	3	3	4	3	18
24	3	4	4	4	3	4	22
25	3	4	4	4	5	4	24
26	5	5	5	4	5	5	29
27	2	3	4	3	3	3	18
28	3	4	3	2	4	2	18
29	5	5	5	5	5	4	29
30	3	2	2	4	3	3	17
31	4	4	4	3	4	4	23
32	5	4	5	4	5	5	28
33	4	4	4	4	4	5	25
34	2	2	3	3	3	4	17
35	3	4	3	4	3	3	20
36	3	3	4	4	3	3	20
37	3	3	3	4	3	3	19
38	4	4	4	4	5	4	25
39	3	4	3	3	5	5	23
40	5	5	4	4	4	4	26
41	3	3	3	3	4	3	19
42	4	4	2	5	3	5	23
43	3	3	3	4	4	4	21
44	4	4	4	4	5	5	26
45	3	3	3	3	3	3	18
46	4	3	4	3	4	4	22
47	3	1	3	2	4	3	16
48	5	5	5	4	5	5	29
49	3	2	4	2	3	4	18
50	5	4	5	4	4	5	27
51	3	3	4	3	4	3	20
52	4	4	3	4	3	4	22
53	2	2	2	2	3	3	14
54	5	4	4	4	4	4	25
55	3	3	3	3	3	3	18
56	5	5	5	4	4	5	28
57	4	4	2	2	3	4	19
58	2	3	2	3	4	2	16
59	4	4	4	5	4	5	26
60	3	2	4	3	3	4	19

**© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

No.	Loyalitas Konsumen (Y)						Total.Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
61	3	5	4	4	5	5	26
62	2	4	3	3	4	3	19
63	4	4	4	3	5	5	25
64	3	1	4	4	3	4	19
65	5	4	4	2	4	4	23
66	4	3	3	2	3	3	18
67	3	3	3	3	3	4	19
68	5	4	5	3	4	5	26
69	2	2	2	2	3	3	14
70	4	4	4	4	4	4	24
71	3	4	3	2	3	3	18
72	2	2	2	2	3	2	13
73	3	5	4	4	4	4	24
74	2	3	3	2	3	2	15
75	3	4	4	4	4	4	23
76	5	4	5	5	5	5	29
77	3	3	3	3	4	3	19
78	3	3	3	2	3	2	16
79	4	4	5	5	5	5	28
80	3	5	3	5	4	3	23
81	2	2	2	1	3	3	13
82	3	4	3	2	4	4	20
83	4	4	4	4	5	5	26
84	4	4	4	4	5	5	26
85	3	4	3	3	3	4	20
86	5	5	5	5	5	3	28
87	2	2	4	4	2	2	16
88	5	5	5	5	5	5	30
89	2	1	2	1	3	2	11
90	3	3	4	3	4	5	22
91	4	4	5	3	5	5	26
92	2	1	2	2	3	3	13
93	4	5	4	4	3	4	24
94	4	5	5	4	5	5	28
95	4	2	2	4	4	5	21
96	2	3	3	2	3	2	15
97	4	2	3	3	5	3	20
98	2	2	3	2	4	2	15

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**@ Hak cipta milik UIN Suska Riau**

No.	Loyalitas Konsumen (Y)						Total.Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
99	4	5	4	4	4	3	24
100	2	3	2	2	4	3	16

**Lampiran 3 Screenshot Google Form**

The screenshot shows a Google Form interface with the following details:

- Responses:** 100 jawaban
- Tab:** Ringkasan (selected), Pertanyaan, Individual
- Actions:** Link ke Spreadsheet, More options (three dots)
- Responses Table:**

Nama
100 jawaban
Zainil Fajri
dilla
dewi putri
anwar
Nurul Anggraini

**Sultan Syarif Kasim Riau**

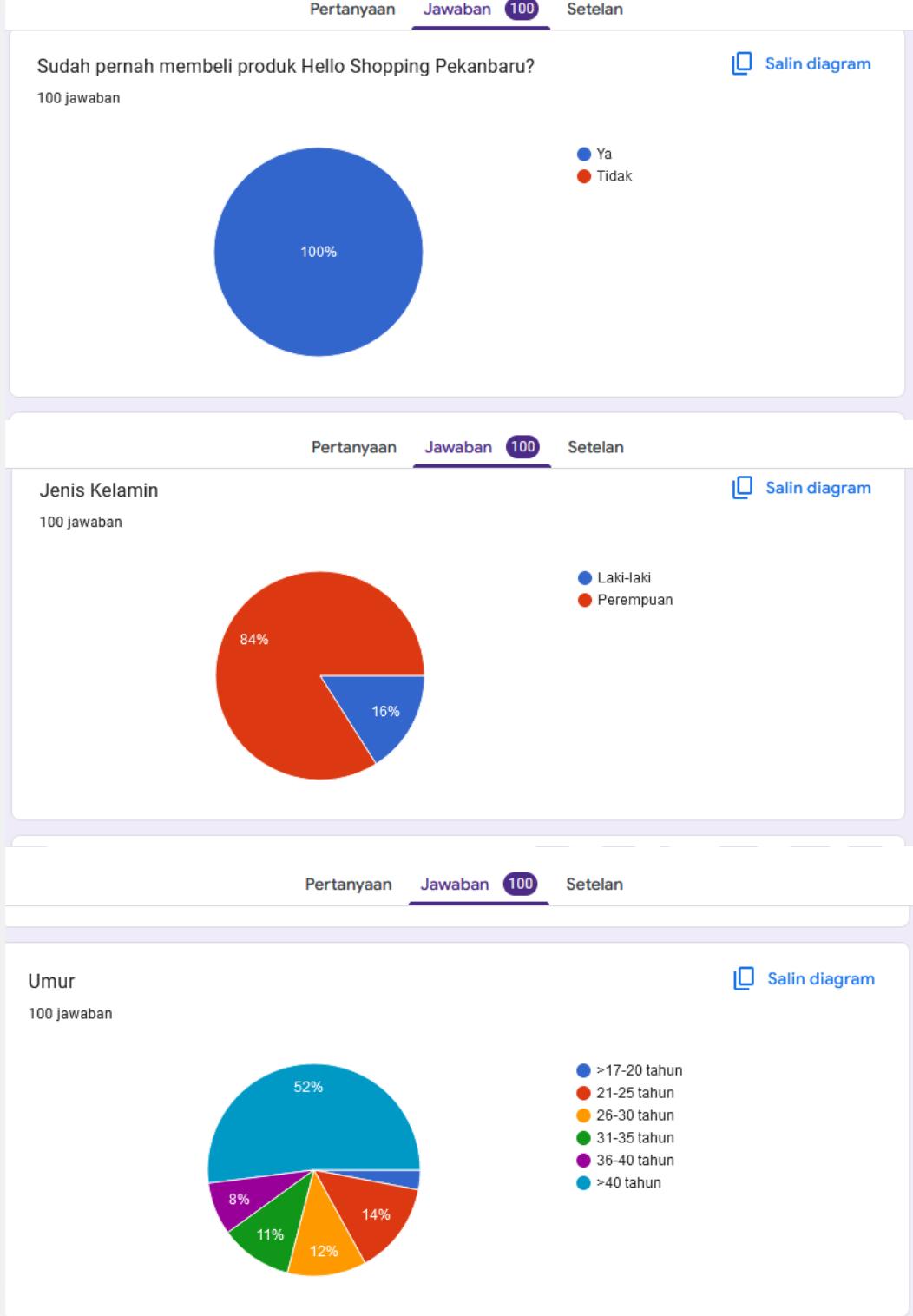


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

  1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

if Kasim Riau



@

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

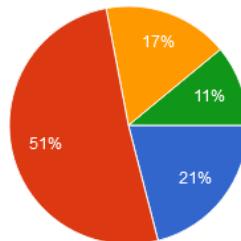
Pertanyaan

Jawaban 100

Setelan

Pekerjaan/status

100 jawaban

[Salin diagram](#)


- ASN
- Wiraswasta
- Pelajar/Mahasiswa
- Profesional (Dokter, Akuntan, Pengacara, Arsitek, dll)

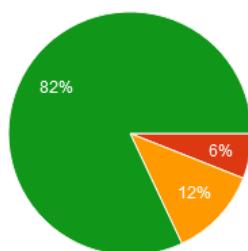
Pertanyaan

Jawaban 100

Setelan

Pendapatan/bulan

100 jawaban

[Salin diagram](#)


- < Rp.1.500.000
- Rp.1.500.000 – Rp.2.500.000
- Rp.2.500.000 – Rp.3.500.000
- > Rp.3.500.000

Pertanyaan

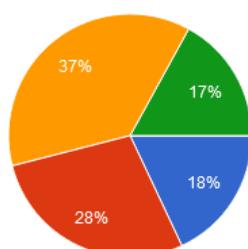
Jawaban 100

Setelan

#### KUESIONER VARIABEL LOYALITAS KONSUMEN

1. Saya akan membeli produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop setiap kali membutuhkan alat-alat rumah tangga

100 jawaban

[Salin diagram](#)


- Sangat Setuju
- Setuju
- Cukup Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© |

Pertanyaan

Jawaban 100

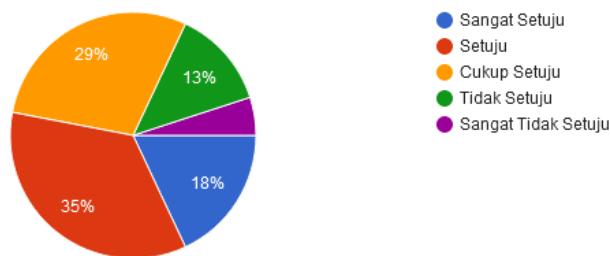
Setelan

2. Saya selalu membeli kembali produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop

100 jawaban

Salin

diagram



Pertanyaan

Jawaban 100

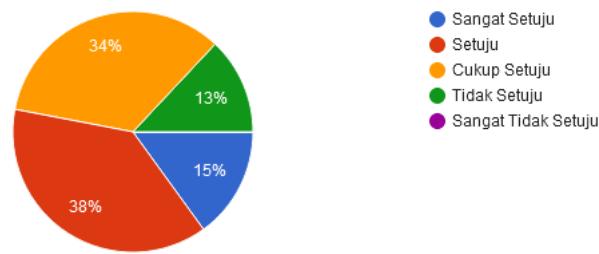
Setelan

3. Banyak toko lain yang menawarkan produk yang sama, namun saya tidak akan berpaling dari produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop

100 jawaban

Salin

diagram



Pertanyaan

Jawaban 100

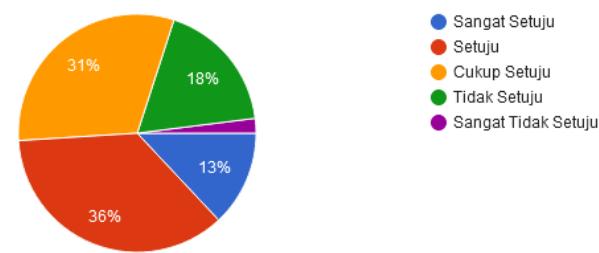
Setelan

4. Ulasan negatif mengenai produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop tidak mengganggu saya untuk tetap membeli produk

100 jawaban

Salin

diagram




**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

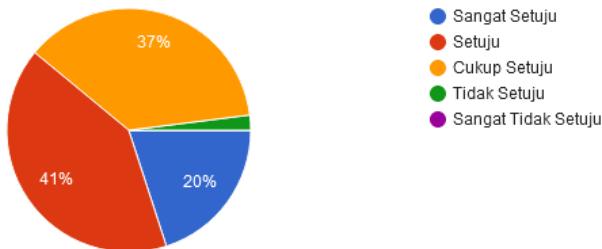
Pertanyaan

 Jawaban **100**

Setelan

5. Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop

100 jawaban

 [Salin diagram](#)


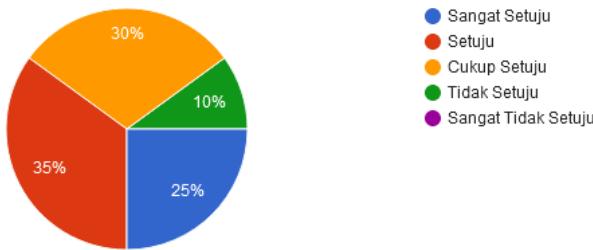
Pertanyaan

 Jawaban **100**

Setelan

6. Saya merekomendasikan promo dan diskon yang diberikan Hello Shopping Pekanbaru di TiktokShop

100 jawaban

 [Salin diagram](#)


Pertanyaan

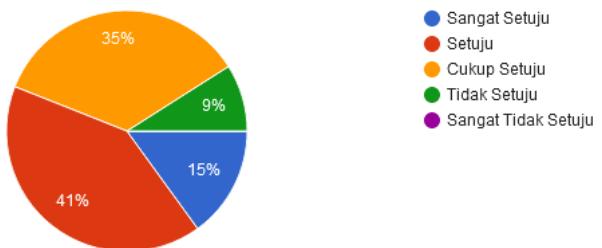
 Jawaban **100**

Setelan

**KUESIONER VARIABEL KEMUDAHAN**

1. Saya merasa sistem TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru mudah digunakan

100 jawaban

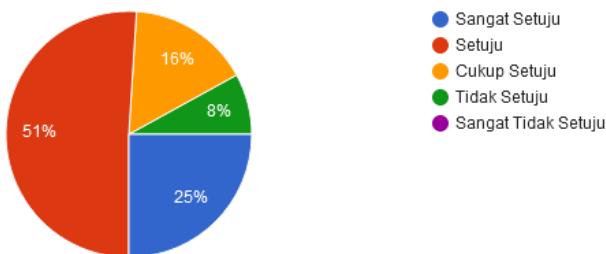
 [Salin diagram](#)


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


[Pertanyaan](#) [Jawaban 100](#) [Setelan](#)

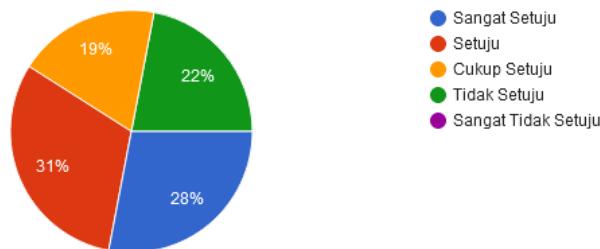
2. Saya tidak mengalami kesulitan saat pertama kali menggunakan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru

100 jawaban

[!\[\]\(6ad436eae48e64fb23698efa0a4ff03f\_img.jpg\) Salin diagram](#)

[Pertanyaan](#) [Jawaban 100](#) [Setelan](#)

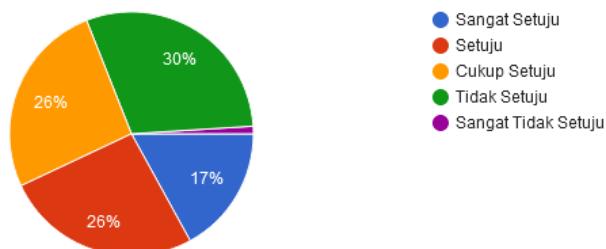
3. TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru mampu memenuhi kebutuhan saya dengan mudah

100 jawaban

[!\[\]\(003e4c7c68c093e7ca41e7a578e21304\_img.jpg\) Salin diagram](#)

[Pertanyaan](#) [Jawaban 100](#) [Setelan](#)

4. Informasi yang saya butuhkan mudah ditemukan saat menggunakan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru

100 jawaban

[!\[\]\(fe2eeb0caf5c4738ff80e3e31020db2f\_img.jpg\) Salin diagram](#)


©
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

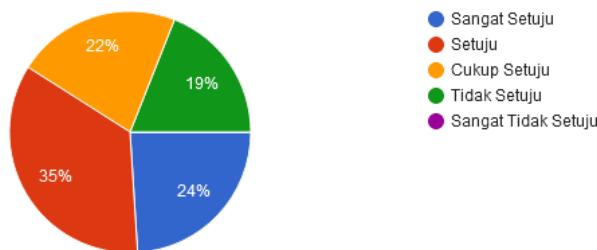
Pertanyaan

Jawaban 100

Setelan

5. Penggunaan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru membantu saya menjadi lebih terampil dalam berbelanja online.

100 jawaban

□ Salin diagram


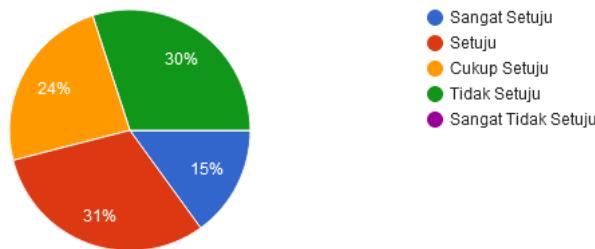
Pertanyaan

Jawaban 100

Setelan

6. Saya merasa lebih percaya diri dalam berbelanja online setelah menggunakan TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru

100 jawaban

□ Salin diagram


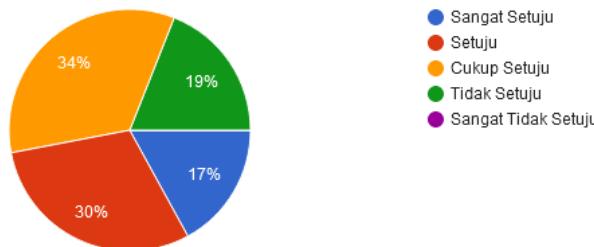
Pertanyaan

Jawaban 100

Setelan

7. Saya tidak perlu banyak waktu atau tenaga untuk memahami cara kerja TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru.

100 jawaban

□ Salin diagram


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

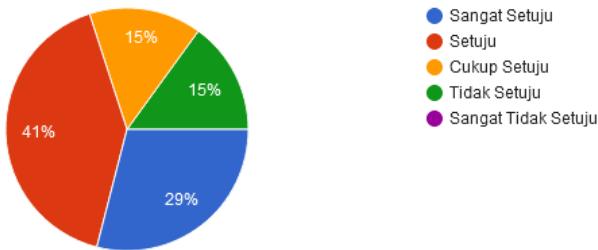
© |

Pertanyaan Jawaban **100** Setelan

8. Saya dapat menyelesaikan transaksi di TikTok Shop Hello Shopping Pekanbaru tanpa bantuan orang lain

100 jawaban

 Salin diagram



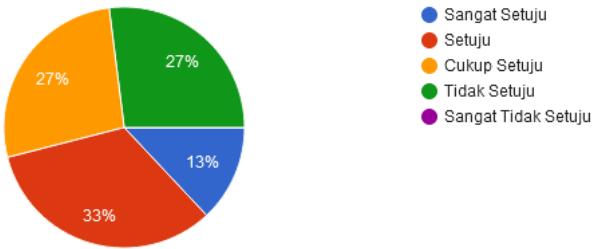
Pertanyaan Jawaban **100** Setelan

### KUESIONER VARIABEL KEPERCAYAAN

1. Saya percaya bahwa Hello Shopping Pekanbaru di TikTok Shop menyampaikan informasi produk dengan jujur.

100 jawaban

 Salin diagram



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© |

Pertanyaan

Jawaban 100

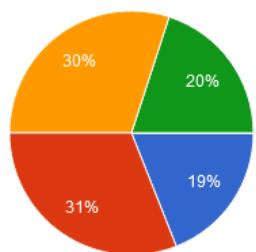
Setelan

2. Hello Shopping Pekanbaru menjalankan transaksi sesuai dengan janji yang telah diberikan.

100 jawaban



Salin  
diagram



- Sangat Setuju
- Setuju
- Cukup Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Pertanyaan

Jawaban 100

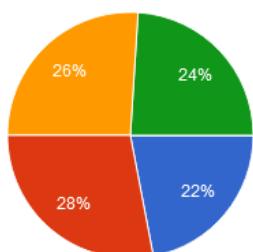
Setelan

3. Saya merasa bahwa Hello Shopping Pekanbaru benar-benar peduli terhadap kepuasan konsumennya.

100 jawaban



Salin  
diagram



- Sangat Setuju
- Setuju
- Cukup Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Pertanyaan

Jawaban 100

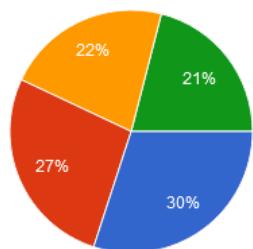
Setelan

4. Hello Shopping Pekanbaru memberikan pelayanan yang menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan saya sebagai pelanggan.

100 jawaban



Salin  
diagram



- Sangat Setuju
- Setuju
- Cukup Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

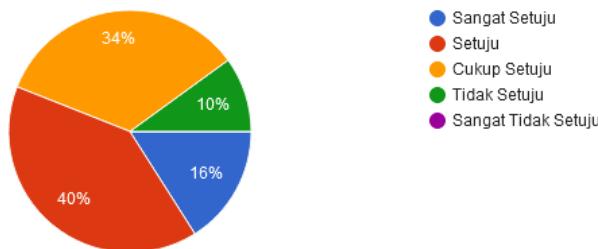
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertanyaan    Jawaban **100**    Setelan

Salin diagram

5. Saya yakin bahwa Hello Shopping Pekanbaru memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola transaksi online.

100 jawaban

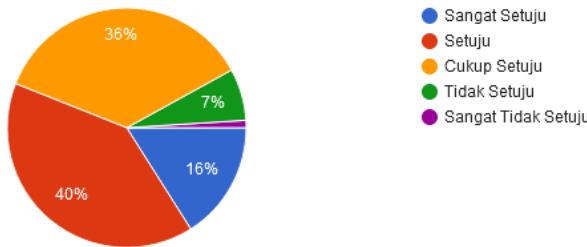


Pertanyaan    Jawaban **100**    Setelan

Salin diagram

6. Hello Shopping Pekanbaru mampu menyelesaikan masalah atau keluhan pelanggan secara profesional.

100 jawaban



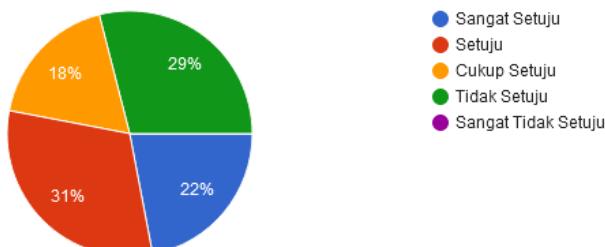
Pertanyaan    Jawaban **100**    Setelan

#### VARIABEL KUESIONER KEAMANAN

1. Saya merasa aman saat melakukan transaksi pembelian di Hello Shopping Pekanbaru melalui TikTok Shop.

100 jawaban

Salin diagram



@

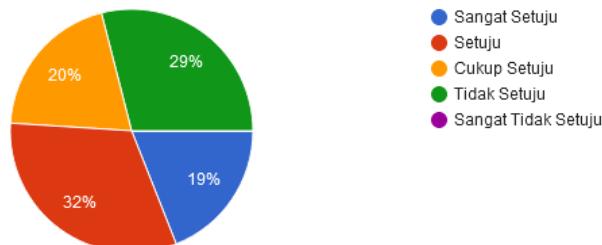
I

Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

2. Saya percaya sistem TikTok Shop memiliki perlindungan yang baik terhadap risiko penipuan saat berbelanja.

100 jawaban

Salin diagram

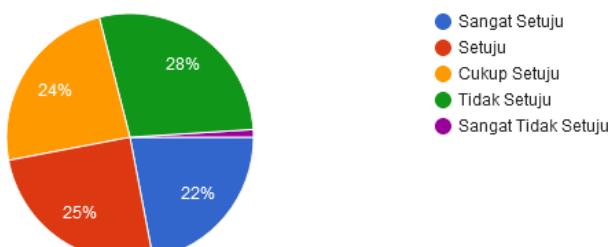


Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

3. Saya yakin informasi pribadi saya tidak akan disalahgunakan oleh Hello Shopping Pekanbaru.

100 jawaban

Salin diagram

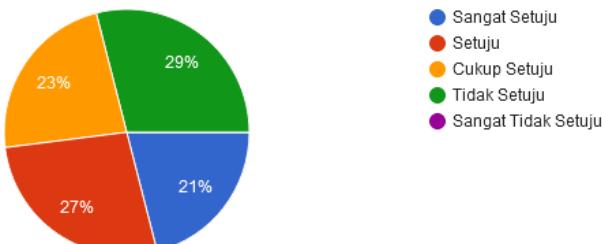


Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

4. Data pribadi saya seperti alamat dan nomor telepon dijaga kerahasiaannya oleh pihak Hello Shopping Pekanbaru.

100 jawaban

Salin diagram



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© |

Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

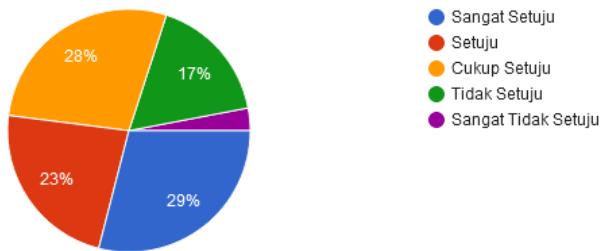
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Hello Shopping Pekanbaru selalu memberikan nomor resi pengiriman setelah transaksi dilakukan.

100 jawaban

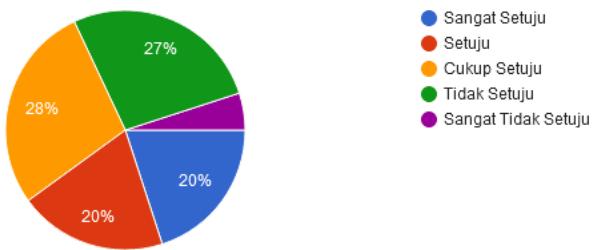
Salin diagram



6. Saya dapat memantau status pengiriman barang dengan mudah menggunakan nomor resi yang diberikan.

100 jawaban

Salin diagram





Lampiran 4 Screenshot excel jawaban responden

Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

Form Responses 1

	A1	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1+	Timestamp	50%	\$ % . <sup>a</sup> . <sup>b</sup> . <sup>c</sup> . <sup>d</sup> . <sup>e</sup> . <sup>f</sup> . <sup>g</sup> . <sup>h</sup> . <sup>i</sup> . <sup>j</sup> . <sup>k</sup> . <sup>l</sup>	Roboto	- 10	+ B	I	÷ A	▲	田	□	Bagikan
Form Responses	Email Address	Score	Name	Sudah pernah membeli produk Hello Shopping	Jenis Beliannya	Umur	Pelajari/menulis	Pendapat/pertanyaan	1. Saya akan membeli produk Hello Shopping	2. Saya akan membeli kerahasi produk Hello Shopping	3. Banyak toko lain yang menawarkan produk	4. Uraikan
2	09/08/2023 14:41:12	Yyan	Ya	Lahir	26-30 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
3	09/08/2023 14:41:17	Kamilia Suri	Ya	Lahir	21-25 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
4	10/08/2023 16:20:11	Henna	Ya	Lahir	> 40 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
5	10/08/2023 16:23:34	Sugeng	Ya	Lahir	36-40 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
6	10/08/2023 16:25:31	Purnama	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
7	11/08/2023 12:05:13	Rahayu	Ya	Pernyataan	> 17-20 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
8	11/08/2023 12:08:26	Li Annimata	Ya	Pernyataan	26-30 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
9	11/08/2023 12:12:27	Nurulni	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
10	11/08/2023 12:14:49	Antosa	Ya	Pernyataan	26-30 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
11	11/08/2023 12:16:23	Dya	Ya	Pernyataan	21-25 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
12	11/08/2023 12:18:06	Reilia	Ya	Pernyataan	26-30 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
13	11/08/2023 12:18:47	Prakharadi	Ya	Lahir	> 40 tahun	ASD	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
14	11/08/2023 12:18:50	Riyanda	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
15	11/08/2023 12:27:31	amira hafira	Ya	Pernyataan	21-25 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
16	11/08/2023 12:29:39	devi putri	Ya	Pernyataan	21-25 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
17	11/08/2023 13:13:42	Indriyani	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	ASD	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
18	11/08/2023 13:14:45	Mira Hidayati	Ya	Pernyataan	31-35 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
19	11/08/2023 13:15:51	Nurul Amisa	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	ASD	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
20	11/08/2023 13:27:37	nur syah	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	ASD	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
21	11/08/2023 13:30:01	Adiel	Ya	Pernyataan	21-25 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
22	11/08/2023 13:41:20	Vivianys Regina	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	Witnesia	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
23	11/08/2023 13:42:31	Sylviana	Ya	Pernyataan	31-35 tahun	Pemimpin	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
24	11/08/2023 13:44:23	efita permata sari	Ya	Pernyataan	> 40 tahun	ASD	> Rp 3.500.000	> Rp 3.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Eksensi Bantuan

Form Responses 1

	A1	Timestamp							
1	4. Ulasan singkat mengenai produk Hello Shop ~	3. Saya merekomendasikan kepada orang lain ~	6. Saya membeli produk dari Hello Shop ~	1. Saya membeli dalam 1M 10k - 500k Hello Shop ~	2. Saya tidak mengalami kesulitan saat pertama kali membeli di Hello Shop ~	3. TIKKIC Shop Hello Shopping Platform ~	4. Informasi yang saya dapatkan dari ~	5. Pengalaman TIKKIC Shop Hello Shopping Platform ~	6. Saya ~
2	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
3	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
4	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju
5	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
6	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
7	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
8	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju
9	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
10	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
11	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
12	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju
13	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
14	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
15	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
16	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
17	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
18	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
19	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
20	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
21	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
22	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
23	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
24	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)



File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan





Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)										
Form Responses		Timestamp								
1	Form Responses	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25	11/08/2023 15:45:33	Umum	Ya	Sudah pernah membeli produk Hello Shopping	Jenis Kolumn	Umur	Wajah/pengaruh	Pendapat/Respon	1. Sangat akan membeli produk Hello Shopping	4. Ulasan
26	11/08/2023 15:47:17	anwar	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Asli	> Rp 3.500.000	Cukup Senja	Senja
27	11/08/2023 15:48:26	NATURE	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Profesional (Dokter/Akademisi)	> Rp 3.500.000	Cukup Senja	Senja
28	11/08/2023 15:50:03	TARA	Ya	Pembelian	Laki-laki	35-40 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Senja	Senja
29	11/08/2023 15:51:46	namidayati	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Traktif Senja	Cukup Senja
30	11/08/2023 15:53:30	MELAN	Ya	Pembelian	Laki-laki	21-25 tahun	Projek/Pelajar/Orangtua	> Rp 3.500.000	Senja	Senja
31	11/08/2023 15:55:57	EKA PUTRI	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Cukup Senja	Senja
32	11/08/2023 15:56:46	astika yulisa	Ya	Pembelian	Laki-laki	21-25 tahun	Projek/Pelajar/Orangtua	> Rp 3.500.000	Senja	Senja
33	11/08/2023 15:58:13	anikka	Ya	Pembelian	Laki-laki	31-35 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000 - Rp 3.550.000	Senja	Senja
34	11/08/2023 15:59:32	panmono	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Wanita/wanita	> Rp 3.500.000	Senja	Senja
35	11/08/2023 16:01:35	SARI	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Wanita/wanita	> Rp 3.500.000	Traktif Senja	Cukup Senja
36	11/08/2023 16:03:54	sis amirah	Ya	Pembelian	Laki-laki	>17-20 tahun	Projek/Pelajar/Orangtua	> Rp 3.500.000	Senja	Senja
37	11/08/2023 16:04:36	resti	Ya	Pembelian	Laki-laki	36-40 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Cukup Senja	Senja
38	11/08/2023 16:06:05	Yulia Novita	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Asli	> Rp 3.500.000	Senja	Senja
39	11/08/2023 16:07:26	TYA	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Professional (Dokter/Akademisi)	> Rp 3.500.000	Senja	Senja
40	11/08/2023 16:08:52	dila	Ya	Pembelian	Laki-laki	25-30 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Cukup Senja	Cukup Senja
41	11/08/2023 16:10:15	AMEL	Ya	Pembelian	Laki-laki	26-30 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Senja	Senja
42	11/08/2023 16:12:02	BANTI	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Asli	Rp 3.500.000	Cukup Senja	Cukup Senja
43	11/08/2023 16:13:28	vivi	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Asli	Rp 3.500.000	Senja	Tidak Senja
44	11/08/2023 16:14:59	adila	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Senja	Senja
45	11/08/2023 16:16:23	rebu	Ya	Pembelian	Laki-laki	31-35 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Senja	Senja
46	11/08/2023 16:18:18	lisa	Ya	Pembelian	Laki-laki	>40 tahun	Wanita/wanita	Rp 3.500.000	Senja	Senja
47	11/08/2023 16:23:24	Wanti	Ya	Pembelian	Laki-laki	25-30 tahun	Wanita/wanita	> Rp 3.500.000	Senja	Senja

+ Form Responses 1 ▾

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)**

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

A1

Timestamp

1	✓	6. Saya meminta bantuan pencarian di dalam kelas	✓	7. Saya tidak perlu banyak waktu dalam mengetahui	✓	8. Saya dapat menyaksikan tampilan di TK	✓	1. Saya pernah belajar Hello Shopping Pakai	✓	2. Hello Shopping Pekarangan menjalin ikatan	✓	3. Saya meminta bantuan Hello Shopping Pakai	✓	4. Hello Shopping Pekarangan memberikan p	✓	5. Saya yakin bahwa Hello Shopping Pakai	✓	6. Hello
25	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Oke	
26	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Oke	
27	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Oke	
28	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Oke	
29	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Oke	
30	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Oke	
31	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
32	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
33	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Oke	
34	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
35	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
36	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Oke	
37	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
38	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Oke	
39	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Oke	
40	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
41	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Oke	
42	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Oke	
43	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	
44	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Oke	
45	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Oke	
46	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Oke	
47	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Oke	

Form Responses 1 ▾



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

Form Responses 1

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z		
1+	Timestamp																											
	Form Responses	▼	Email Address	▼	Score	▼	Name	▼	Sudah membeli produk Hello Shopper	✓	Jenis Beli	▼	Beli Pertama	▼	Pembelian	▼	Pembelian	▼	Pembelian	▼	Pembelian	▼	Pembelian	▼	Pembelian	▼		
48	11/08/2023 16:25:05						AYU		Ya						Wanita		> Rp 3.500.000		Sangat Sedu		Sangat Sedu		Sangat Sedu		Sangat Sedu		Sangat Sedu	
49	11/08/2023 16:26:27						imel		Ya						Perempuan		>40 tahun	ASN	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
50	11/08/2023 16:27:42						WINA		Ya						Wanita		>30 tahun	ASN	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
51	11/08/2023 16:29:21						Bimbang Sekenda		Ya						Perempuan		>40 tahun	Laki-laki	> Rp 3.500.000 - Rp 3.500.000	Sangat Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
52	11/08/2023 16:30:21						Lei Zubaidah		Ya						Perempuan		>40 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
53	11/08/2023 16:32:33						RSKA		Ya						Pembelian		>40 tahun	Produk (Buku Anak)	> Rp 3.500.000	Sedu	Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
54	11/08/2023 16:34:00						dwi astuti		Ya						Perempuan		>40 tahun	Produk (Buku Anak)	< Rp 3.500.000	Truk Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
55	11/08/2023 16:34:37						ULLAMA		Ya						Perempuan		>40 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Sangat Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
56	11/08/2023 16:37:09						widya		Ya						Perempuan		>40 tahun	ASN	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
57	11/08/2023 16:38:48						khoza		Ya						Perempuan		3-25 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Sangat Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
58	11/08/2023 16:40:23						RETNO		Ya						Perempuan		>40 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Sedu	Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
59	11/08/2023 16:41:48						Art Syahputra		Ya						Perempuan		>40 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Truk Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
60	11/08/2023 16:42:23						AGATA		Ya						Perempuan		>40 tahun	ASN	> Rp 3.500.000	Truk Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
61	11/08/2023 16:44:43						Rahmi Sigitna		Ya						Perempuan		3-25 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
62	11/08/2023 16:46:05						emil		Ya						Perempuan		>40 tahun	Produk (Buku Anak)	< Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
63	11/08/2023 16:47:29						Cindy Edwina		Ya						Perempuan		>40 tahun	Produk (Buku Anak)	> Rp 3.500.000	Truk Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
64	11/08/2023 16:48:13						Zuhendra		Ya						Perempuan		26-30 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Sedu	Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
65	11/08/2023 16:51:01						dan muanto		Ya						Perempuan		>40 tahun	Laki-laki	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
66	11/08/2023 16:52:20						VERA		Ya						Perempuan		>40 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Sangat Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
67	11/08/2023 16:54:23						yuliana		Ya						Perempuan		3-25 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
68	11/08/2023 16:56:01						alisa		Ya						Perempuan		26-30 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Cukup Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
69	11/08/2023 17:00:59						YETRI		Ya						Perempuan		>40 tahun	ASN	> Rp 3.500.000	Sangat Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
70	11/08/2023 17:02:28						ANGEL		Ya						Perempuan		26-30 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Truk Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	
71	11/08/2023 17:03:43						veronica		Ya						Perempuan		>40 tahun	Wanita	> Rp 3.500.000	Sangat Sedu	Truk Sedu		Sedu		Sedu		Sedu	



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban) ☆ 田

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

Q D C F 50% \$ % .- .0 123 | Roboto - [10] + B I A | ☰ 田 ⌂ ▶

Timestamp

A1	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB
1	✓ 6. Saya mempunyai pencapaian di dalam kelas ✓ 7. Saya tidak perlu banyak waktu atau tenaga ✓ 8. Saya dapat menggunakan teknologi di TK ✓ 9. Saya percaya bahwa Hello Shopping Pekan ✓ 10. Hello Shopping Pekaburu mengajarkan tipe ✓ 11. Saya percaya bahwa Hello Shopping Pekan ✓ 12. Hello Shopping Pekaburu memberikan penerapan ✓ 13. Saya yakin bahwa Hello Shopping Pekaburu ✓ 14. Hello Shopping Pekaburu membuat saya ✓ 15. Saya yakin bahwa Hello Shopping Pekaburu ✓ 16. Saya ✓	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju
43	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
44	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju				
50	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
51	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
52	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
53	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
54	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
55	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
56	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
57	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
58	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
59	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
60	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
61	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
62	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
63	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
64	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
65	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
66	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
67	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju
68	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
69	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
70	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
71	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju

+ ≡ Form Responses 1 ▾

Bagikan ▾ Verity it's you



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)											
File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan <span style="float: right;">田  docs.google.com/spreadsheets/d/1hpureAL3Yn6lnhSAByxW10LdyTMW64jKyaxv0BWXpc/edit?resourcekey=&amp;gid=1556702889#gid=..." style="vertical-align: middle;"/&gt;</span>											
A1	▲	▼	⌚	Timestamp	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8
1	4. Hal yang paling bahaya menurutmu? → Penggunaan senjata api dalam bentuk apa pun → 2. Penggunaan senjata tajam yang mematikan → 3. Senjata api yang membahayakan manusia → 4. Dapat membahayakan diri sendiri → 5. Hal yang paling membahayakan manusia dalam penggunaannya										
48	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju
49	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
50	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
51	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
52	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
53	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
54	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
55	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
56	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
57	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
58	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
59	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
60	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
61	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
62	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
63	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
64	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
65	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
66	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
67	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
68	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
69	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
70	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
71	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju

← → ⌂

[docs.google.com/spreadsheets/d/1hpureAL3YhfolnHSAByXW10LdYTMW64JKavwQabWVxpc/edit?resourcekey=&gid=1536702889#gid=...](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hpureAL3YhfolnHSAByXW10LdYTMW64JKavwQabWVxpc/edit?resourcekey=&gid=1536702889#gid=...)

☆ Verif it's you

## Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)



File

Edit

Tampilan

Sisipkan

Format

Data

Alat

Ekstensi

Bantuan



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚



⌚





← → ⌂ docs.google.com/spreadsheets/d/1hbureAL3Y6InHSABjXW10LQYTMW64KXavxQabBWXpc/edit?resourcekey=&gid=1536702889#gid=...

☆ ☐ ☒ Verify it's you

:::

**Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)**

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Eksensi Bantuan

A1

▼ | ↪ Timestamp

1.	4. Umar mengalihnyakan produk Hello Shic ✓		5. Saya membeli minuman dingin kepada orang lain ✓		6. Saya membeli minuman dingin dalam plastik ✓		7. Saya minum minuman dingin Shop Hello Shic ✓		8. Saya tidak mengalihnyakan kemasan plastik ✓		9. Trak Shop Hello Shopping Pakarbaru mr ✓		10. Informasi yang saya buatlah masih di...		11. Penggunaan Trak Shop Hello Shopping ✓		12. Saya m...	
71	Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
72	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	
73	Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
74	Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
75	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
76	Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
77	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
78	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
79	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
80	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
81	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
82	Sampai Tidak Selalu	Sampai Tidak Selalu	Sampai Tidak Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
83	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
84	Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
85	Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
86	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
87	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
88	Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
89	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Sampai Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
90	Sampai Tidak Selalu	Sampai Tidak Selalu	Sampai Tidak Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
91	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Sampai Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
92	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	
93	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	

+ ≡ Form Responses 1 ▾

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)**

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

A1 ▾ | **Timestamp**

	1. Saat membeli barang, waktu atau mengambil barang di TRK	2. Harga Shopping Pada Mu meningkat atau tidak	3. Saat membeli barang Harga Shopping Pada Mu	4. Harga Shopping Pada Mu meningkat atau tidak	5. Saat membeli barang Harga Shopping Pada Mu	6. Harga
71	Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Tidak Selalu	Selalu
72	Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Tidak Selalu	Selalu
73	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Tidak Selalu	Selalu
74	Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Sampai Selalu	Selalu
75	Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Sampai Selalu	Selalu
76	Sangat Selalu	Selalu	Selalu	Selalu	Sampai Selalu	Selalu
77	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
78	Selalu	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
79	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu
80	Sangat Selalu	Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
81	Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
82	Selalu	Cukup Selalu	Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
83	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
84	Selalu	Cukup Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
85	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
86	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu
87	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
88	Selalu	Selalu	Tidak Selalu	Cukup Selalu	Cukup Selalu	Selalu
89	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
90	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Selalu
91	Selalu	Sangat Selalu	Sangat Selalu	Selalu	Sangat Selalu	Selalu
92	Sangat Selalu	Cukup Selalu	Sangat Selalu	Cukup Selalu	Sangat Selalu	Selalu
93	Tidak Selalu	Tidak Selalu	Selalu	Tidak Selalu	Sangat Selalu	Selalu



← → ⌂ docs.google.com/spreadsheets/d/1hpureAL3Yn6lnhSABvXW10LdyTMW64jKaxvQabWxpc/edit?resourcekey=&gid=1536702889#gid=...

☆ ☐ ☲

Bagikan ▾

Verif it's you

**Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)**

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

A1 ▾ | ↺ Timestamp

	AC	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48	A49	A50	A51	A52	A53	A54	A55	A56	A57	A58	A59	A60	A61	A62	A63	A64	A65	A66	A67	A68	A69	A70	A71	A72	A73	A74	A75	A76	A77	A78	A79	A80	A81	A82	A83	A84	A85	A86	A87	A88	A89	A90	A91	A92	A93	A94	A95	A96	A97	A98	A99	A100	A101	A102	A103	A104	A105	A106	A107	A108	A109	A110	A111	A112	A113	A114	A115	A116	A117	A118	A119	A120	A121	A122	A123	A124	A125	A126	A127	A128	A129	A130	A131	A132	A133	A134	A135	A136	A137	A138	A139	A140	A141	A142	A143	A144	A145	A146	A147	A148	A149	A150	A151	A152	A153	A154	A155	A156	A157	A158	A159	A160	A161	A162	A163	A164	A165	A166	A167	A168	A169	A170	A171	A172	A173	A174	A175	A176	A177	A178	A179	A180	A181	A182	A183	A184	A185	A186	A187	A188	A189	A190	A191	A192	A193	A194	A195	A196	A197	A198	A199	A200	A201	A202	A203	A204	A205	A206	A207	A208	A209	A210	A211	A212	A213	A214	A215	A216	A217	A218	A219	A220	A221	A222	A223	A224	A225	A226	A227	A228	A229	A230	A231	A232	A233	A234	A235	A236	A237	A238	A239	A240	A241	A242	A243	A244	A245	A246	A247	A248	A249	A250	A251	A252	A253	A254	A255	A256	A257	A258	A259	A260	A261	A262	A263	A264	A265	A266	A267	A268	A269	A270	A271	A272	A273	A274	A275	A276	A277	A278	A279	A280	A281	A282	A283	A284	A285	A286	A287	A288	A289	A290	A291	A292	A293	A294	A295	A296	A297	A298	A299	A300	A301	A302	A303	A304	A305	A306	A307	A308	A309	A310	A311	A312	A313	A314	A315	A316	A317	A318	A319	A320	A321	A322	A323	A324	A325	A326	A327	A328	A329	A330	A331	A332	A333	A334	A335	A336	A337	A338	A339	A340	A341	A342	A343	A344	A345	A346	A347	A348	A349	A350	A351	A352	A353	A354	A355	A356	A357	A358	A359	A360	A361	A362	A363	A364	A365	A366	A367	A368	A369	A370	A371	A372	A373	A374	A375	A376	A377	A378	A379	A380	A381	A382	A383	A384	A385	A386	A387	A388	A389	A390	A391	A392	A393	A394	A395	A396	A397	A398	A399	A400	A401	A402	A403	A404	A405	A406	A407	A408	A409	A410	A411	A412	A413	A414	A415	A416	A417	A418	A419	A420	A421	A422	A423	A424	A425	A426	A427	A428	A429	A430	A431	A432	A433	A434	A435	A436	A437	A438	A439	A440	A441	A442	A443	A444	A445	A446	A447	A448	A449	A450	A451	A452	A453	A454	A455	A456	A457	A458	A459	A460	A461	A462	A463	A464	A465	A466	A467	A468	A469	A470	A471	A472	A473	A474	A475	A476	A477	A478	A479	A480	A481	A482	A483	A484	A485	A486	A487	A488	A489	A490	A491	A492	A493	A494	A495	A496	A497	A498	A499	A500	A501	A502	A503	A504	A505	A506	A507	A508	A509	A510	A511	A512	A513	A514	A515	A516	A517	A518	A519	A520	A521	A522	A523	A524	A525	A526	A527	A528	A529	A530	A531	A532	A533	A534	A535	A536	A537	A538	A539	A540	A541	A542	A543	A544	A545	A546	A547	A548	A549	A550	A551	A552	A553	A554	A555	A556	A557	A558	A559	A560	A561	A562	A563	A564	A565	A566	A567	A568	A569	A570	A571	A572	A573	A574	A575	A576	A577	A578	A579	A580	A581	A582	A583	A584	A585	A586	A587	A588	A589	A590	A591	A592	A593	A594	A595	A596	A597	A598	A599	A600	A601	A602	A603	A604	A605	A606	A607	A608	A609	A610	A611	A612	A613	A614	A615	A616	A617	A618	A619	A620	A621	A622	A623	A624	A625	A626	A627	A628	A629	A630	A631	A632	A633	A634	A635	A636	A637	A638	A639	A640	A641	A642	A643	A644	A645	A646	A647	A648	A649	A650	A651	A652	A653	A654	A655	A656	A657	A658	A659	A660	A661	A662	A663	A664	A665	A666	A667	A668	A669	A670	A671	A672	A673	A674	A675	A676	A677	A678	A679	A680	A681	A682	A683	A684	A685	A686	A687	A688	A689	A690	A691	A692	A693	A694	A695	A696	A697	A698	A699	A700	A701	A702	A703	A704	A705	A706	A707	A708	A709	A710	A711	A712	A713	A714	A715	A716	A717	A718	A719	A720	A721	A722	A723	A724	A725	A726	A727	A728	A729	A730	A731	A732	A733	A734	A735	A736	A737	A738	A739	A740	A741	A742	A743	A744	A745	A746	A747	A748	A749	A750	A751	A752	A753	A754	A755	A756	A757	A758	A759	A750	A751	A752	A753	A754	A755	A756	A757	A758	A759	A760	A761	A762	A763	A764	A765	A766	A767	A768	A769	A760	A761	A762	A763	A764	A765	A766	A767	A768	A769	A770	A771	A772	A773	A774	A775	A776	A777	A778	A779	A770	A771	A772	A773	A774	A775	A776	A777	A778	A779	A780	A781	A782	A783	A784	A785	A786	A787	A788	A789	A780	A781	A782	A783	A784	A785	A786	A787	A788	A789	A790	A791	A792	A793	A794	A795	A796	A797	A798	A799	A790	A791	A792	A793	A794	A795	A796	A797	A798	A799	A800	A801	A802	A803	A804	A805	A806	A807	A808	A809	A800	A801	A802	A803	A804	A805	A806	A807	A808	A809	A810	A811	A812	A813	A814	A815	A816	A817	A818	A819	A810	A811	A812	A813	A814	A815	A816	A817	A818	A819	A820	A821	A822	A823	A824	A825	A826	A827	A828	A829	A820	A821	A822	A823	A824	A825	A826	A827	A828	A829	A830	A831	A832	A833	A834	A835	A836	A837	A838	A839	A830	A831	A832	A833	A834	A835	A836	A837	A838	A839	A840	A841	A842	A843	A844	A845	A846	A847	A848	A849	A840	A841	A842	A843	A844	A845	A846	A847	A848	A849	A850	A851	A852	A853	A854	A855	A856	A857	A858	A859	A850	A851	A852	A853	A854	A855	A856	A857	A858	A859	A860	A861	A862	A863	A864	A865	A866	A867	A868	A869	A860	A861	A862	A863	A864	A865	A866	A867	A868	A869	A870	A871	A872	A873	A874	A875	A876	A877	A878	A879	A870	A871	A872	A873	A874	A875	A876	A877	A878	A879	A880	A881	A882	A883	A884	A885	A886	A887	A888	A889	A880	A881	A882	A883	A884	A885	A886	A887	A888	A889	A890	A891	A892	A893	A894	A895	A896	A897	A898	A899	A890	A891	A892	A893	A894	A895	A896	A897	A898	A899	A900	A901	A902	A903	A904	A905	A906	A907	A908	A909	A900	A901	A902	A903	A904	A905	A906	A907	A908	A909	A910	A911	A912	A913	A914	A915	A916	A917	A918	A919	A910	A911	A912	A913	A914	A915	A916	A917	A918	A919	A920	A921	A922	A923	A924	A925	A926	A927	A928	A929	A920	A921	A922	A923	A924	A925	A926	A927	A928	A929	A930	A931	A932	A933	A934	A935	A936	A937	A938	A939	A930	A931	A932	A933	A934	A935	A936	A937	A938	A939	A940	A941	A942	A943	A944	A945	A946	A947	A948	A949	A940	A941	A942	A943	A944	A945	A946	A947	A948	A949	A950	A951	A952	A953	A954	A955	A956	A957	A958	A959	A950	A951	A952	A953	A954	A955	A956	A957	A958	A959	A960	A961	A962	A963	A964	A965	A966	A967	A968	A969	A960	A961	A962	A963	A964	A965	A966	A967	A968	A969	A970	A971	A972	A973	A974	A975	A976	A977	A978	A979	A970	A971	A972	A973	A974	A975	A976	A977	A978	A979	A980	A981	A982	A983	A984	A985	A986	A987	A988	A989	A980	A981	A982	A983	A984	A985	A986	A987	A988	A989	A990	A991	A992	A993	A994	A995	A996	A997	A998	A999	A990	A991	A992	A993	A994	A995	A996	A997	A998	A999	A1000	A1001	A1002	A1003	A1004	A1005	A1006	A1007	A1008	A1009	A1000	A1001	A1002	A1003	A1004	A1005	A1006	A1007	A1008	A1009	A1010	A1011	A1012	A1013	A1014	A1015	A1016	A1017	A1018	A1019	A1010	A1011	A1012	A1013	A1014	A1015	A1016	A1017	A1018	A1019	A1020	A1021	A1022	A1023	A1024	A1025	A1026	A1027	A1028	A1029	A1020	A1021	A1022	A1023	A1024	A1025	A1026	A1027	A1028	A1029	A1030	A1031	A1032	A1033	A1034	A1035	A1036	A1037	A1038	A1039	A1030	A1031	A1032	A1033	A1034	A1035	A1036	A1037	A1038	A1039	A1040	A1041	A1042	A1043	A1044	A1045	A1046	A1047	A1048	A1049	A1040	A1041	A1042	A1043	A1044	A1045	A1046	A1047	A1048	A1049	A1050	A1051	A1052	A1053	A1054	A1055	A1056	A1057
--	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban) ★ ☰ ☲

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

Form Responses 1

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	Timestamp																									
Form Responses 1	Form Address	Name	Social media media produk Web Shopping	Januari	User	Penjualan Bulan	1. Pengeluaran produk Web Shopping	2. Pengeluaran produk Web Shopping	3. Pengeluaran produk Web Shopping	4. Ulasan																
94	11/08/2023 17:36:41	SCIA,	Ya	Pembelian	400 tahun	400	> Rp 3.500.000	Setuju	Setuju	Setuju																
95	11/08/2023 17:37:58	maliburni	Ya	Pembelian	31-35 tahun	Witnesse	> Rp 3.500.000	Setuju	Setuju	Setuju																
96	11/08/2023 17:39:28	Uney	Ya	Pembelian	21-25 tahun	Pengalaman	Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000	Setuju	Setuju	Setuju																
97	11/08/2023 17:40:47	Nurs Agustini	Ya	Pembelian	< 10 tahun	Witnessse	> Rp 3.500.000	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju																
98	11/08/2023 17:42:20	IGBAL	Ya	Lah-ikti	26-30 tahun	Witnessse	> Rp 3.500.000	Setuju	Setuju	Setuju																
99	11/08/2023 17:43:20	SAFIYAH	Ya	Pembelian	> 30 tahun	Professional (Bukan Ahli)	> Rp 3.500.000	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju																
100	11/08/2023 17:44:40	SAFIYAH	Ya	Pembelian	< 10 tahun	Professional (Bukan Ahli)	> Rp 3.500.000	Setuju	Setuju	Setuju																
101	11/08/2023 17:46:11	Magfirah	Ya	Pembelian	26-30 tahun	Professional (Bukan Ahli)	> Rp 3.500.000	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju																
102																										
103																										
104																										
105																										
106																										
107																										
108																										
109																										
110																										
111																										
112																										
113																										
114																										
115																										
116																										
117																										
118																										
119																										
120																										
121																										
122																										

Bagikan

Verify it's you



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



← → ⌂ docs.google.com/spreadsheets/d/1hpureAl3Yn6ihhSAByXW10LdyTMW64jKvaxvQabWxpc/edit?resourcekey=&gid=1536702889#gid=...

**Kuesioner Penelitian Skripsi (Jawaban)**

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Eksensi Bantuan

A1 | ↴ | ↵ Timestamp

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48	A49	A50	A51	A52	A53	A54	A55	A56	A57	A58	A59	A60	A61	A62	A63	A64	A65	A66	A67	A68	A69	A70	A71	A72	A73	A74	A75	A76	A77	A78	A79	A80	A81	A82	A83	A84	A85	A86	A87	A88	A89	A90	A91	A92	A93	A94	A95	A96	A97	A98	A99	A100	A101	A102	A103	A104	A105	A106	A107	A108	A109	A110	A111	A112	A113	A114	A115	A116	A117	A118	A119	A120	A121	A122	A123	A124	A125	A126	A127	A128	A129	A130	A131	A132	A133	A134	A135	A136	A137	A138	A139	A140	A141	A142	A143	A144	A145	A146	A147	A148	A149	A150	A151	A152	A153	A154	A155	A156	A157	A158	A159	A160	A161	A162	A163	A164	A165	A166	A167	A168	A169	A170	A171	A172	A173	A174	A175	A176	A177	A178	A179	A180	A181	A182	A183	A184	A185	A186	A187	A188	A189	A190	A191	A192	A193	A194	A195	A196	A197	A198	A199	A200	A210	A220	A230	A240	A250	A260	A270	A280	A290	A300	A310	A320	A330	A340	A350	A360	A370	A380	A390	A400	A410	A420	A430	A440	A450	A460	A470	A480	A490	A500	A510	A520	A530	A540	A550	A560	A570	A580	A590	A600	A610	A620	A630	A640	A650	A660	A670	A680	A690	A700	A710	A720	A730	A740	A750	A760	A770	A780	A790	A800	A810	A820	A830	A840	A850	A860	A870	A880	A890	A900	A910	A920	A930	A940	A950	A960	A970	A980	A990	A1000	A1010	A1020	A1030	A1040	A1050	A1060	A1070	A1080	A1090	A1100	A1110	A1120	A1130	A1140	A1150	A1160	A1170	A1180	A1190	A1200	A1210	A1220	A1230	A1240	A1250	A1260	A1270	A1280	A1290	A1300	A1310	A1320	A1330	A1340	A1350	A1360	A1370	A1380	A1390	A1400	A1410	A1420	A1430	A1440	A1450	A1460	A1470	A1480	A1490	A1500	A1510	A1520	A1530	A1540	A1550	A1560	A1570	A1580	A1590	A1600	A1610	A1620	A1630	A1640	A1650	A1660	A1670	A1680	A1690	A1700	A1710	A1720	A1730	A1740	A1750	A1760	A1770	A1780	A1790	A1800	A1810	A1820	A1830	A1840	A1850	A1860	A1870	A1880	A1890	A1900	A1910	A1920	A1930	A1940	A1950	A1960	A1970	A1980	A1990	A2000	A2100	A2200	A2300	A2400	A2500	A2600	A2700	A2800	A2900	A3000	A3100	A3200	A3300	A3400	A3500	A3600	A3700	A3800	A3900	A4000	A4100	A4200	A4300	A4400	A4500	A4600	A4700	A4800	A4900	A5000	A5100	A5200	A5300	A5400	A5500	A5600	A5700	A5800	A5900	A6000	A6100	A6200	A6300	A6400	A6500	A6600	A6700	A6800	A6900	A7000	A7100	A7200	A7300	A7400	A7500	A7600	A7700	A7800	A7900	A8000	A8100	A8200	A8300	A8400	A8500	A8600	A8700	A8800	A8900	A9000	A9100	A9200	A9300	A9400	A9500	A9600	A9700	A9800	A9900	A10000	A10100	A10200	A10300	A10400	A10500	A10600	A10700	A10800	A10900	A11000	A11100	A11200	A11300	A11400	A11500	A11600	A11700	A11800	A11900	A12000	A12100	A12200	A12300	A12400	A12500	A12600	A12700	A12800	A12900	A13000	A13100	A13200	A13300	A13400	A13500	A13600	A13700	A13800	A13900	A14000	A14100	A14200	A14300	A14400	A14500	A14600	A14700	A14800	A14900	A15000	A15100	A15200	A15300	A15400	A15500	A15600	A15700	A15800	A15900	A16000	A16100	A16200	A16300	A16400	A16500	A16600	A16700	A16800	A16900	A17000	A17100	A17200	A17300	A17400	A17500	A17600	A17700	A17800	A17900	A18000	A18100	A18200	A18300	A18400	A18500	A18600	A18700	A18800	A18900	A19000	A19100	A19200	A19300	A19400	A19500	A19600	A19700	A19800	A19900	A20000	A21000	A22000	A23000	A24000	A25000	A26000	A27000	A28000	A29000	A30000	A31000	A32000	A33000	A34000	A35000	A36000	A37000	A38000	A39000	A40000	A41000	A42000	A43000	A44000	A45000	A46000	A47000	A48000	A49000	A50000	A51000	A52000	A53000	A54000	A55000	A56000	A57000	A58000	A59000	A60000	A61000	A62000	A63000	A64000	A65000	A66000	A67000	A68000	A69000	A70000	A71000	A72000	A73000	A74000	A75000	A76000	A77000	A78000	A79000	A80000	A81000	A82000	A83000	A84000	A85000	A86000	A87000	A88000	A89000	A90000	A91000	A92000	A93000	A94000	A95000	A96000	A97000	A98000	A99000	A100000	A101000	A102000	A103000	A104000	A105000	A106000	A107000	A108000	A109000	A110000	A111000	A112000	A113000	A114000	A115000	A116000	A117000	A118000	A119000	A120000	A121000	A122000	A123000	A124000	A125000	A126000	A127000	A128000	A129000	A130000	A131000	A132000	A133000	A134000	A135000	A136000	A137000	A138000	A139000	A140000	A141000	A142000	A143000	A144000	A145000	A146000	A147000	A148000	A149000	A150000	A151000	A152000	A153000	A154000	A155000	A156000	A157000	A158000	A159000	A160000	A161000	A162000	A163000	A164000	A165000	A166000	A167000	A168000	A169000	A170000	A171000	A172000	A173000	A174000	A175000	A176000	A177000	A178000	A179000	A180000	A181000	A182000	A183000	A184000	A185000	A186000	A187000	A188000	A189000	A190000	A191000	A192000	A193000	A194000	A195000	A196000	A197000	A198000	A199000	A200000	A210000	A220000	A230000	A240000	A250000	A260000	A270000	A280000	A290000	A300000	A310000	A320000	A330000	A340000	A350000	A360000	A370000	A380000	A390000	A400000	A410000	A420000	A430000	A440000	A450000	A460000	A470000	A480000	A490000	A500000	A510000	A520000	A530000	A540000	A550000	A560000	A570000	A580000	A590000	A600000	A610000	A620000	A630000	A640000	A650000	A660000	A670000	A680000	A690000	A700000	A710000	A720000	A730000	A740000	A750000	A760000	A770000	A780000	A790000	A800000	A810000	A820000	A830000	A840000	A850000	A860000	A870000	A880000	A890000	A900000	A910000	A920000	A930000	A940000	A950000	A960000	A970000	A980000	A990000	A1000000	A1010000	A1020000	A1030000	A1040000	A1050000	A1060000	A1070000	A1080000	A1090000	A1100000	A1110000	A1120000	A1130000	A1140000	A1150000	A1160000	A1170000	A1180000	A1190000	A1200000	A1210000	A1220000	A1230000	A1240000	A1250000	A1260000	A1270000	A1280000	A1290000	A1300000	A1310000	A1320000	A1330000	A1340000	A1350000	A1360000	A1370000	A1380000	A1390000	A1400000	A1410000	A1420000	A1430000	A1440000	A1450000	A1460000	A1470000	A1480000	A1490000	A1500000	A1510000	A1520000	A1530000	A1540000	A1550000	A1560000	A1570000	A1580000	A1590000	A1600000	A1610000	A1620000	A1630000	A1640000	A1650000	A1660000	A1670000	A1680000	A1690000	A1700000	A1710000	A1720000	A1730000	A1740000	A1750000	A1760000	A1770000	A1780000	A1790000	A1800000	A1810000	A1820000	A1830000	A1840000	A1850000	A1860000	A1870000	A1880000	A1890000	A1900000	A1910000	A1920000	A1930000	A1940000	A1950000	A1960000	A1970000	A1980000	A1990000	A2000000	A2100000	A2200000	A2300000	A2400000	A2500000	A2600000	A2700000	A2800000	A2900000	A3000000	A3100000	A3200000	A3300000	A3400000	A3500000	A3600000	A3700000	A3800000	A3900000	A4000000	A4100000	A4200000	A4300000	A4400000	A4500000	A4600000	A4700000	A4800000	A4900000	A5000000	A5100000	A5200000	A5300000	A5400000	A5500000	A5600000	A5700000	A5800000	A5900000	A6000000	A6100000	A6200000	A6300000	A6400000	A6500000	A6600000	A6700000	A6800000	A6900000	A7000000	A7100000	A7200000	A7300000	A7400000	A7500000	A7600000	A7700000	A7800000	A7900000	A8000000	A8100000	A8200000	A8300000	A8400000	A8500000	A8600000	A8700000	A8800000	A8900000	A9000000	A9100000	A9200000	A9300000	A9400000	A9500000	A9600000	A9700000	A9800000	A9900000	A10000000	A10100000	A10200000	A10300000	A10400000	A10500000	A10600000	A10700000	A10800000	A10900000	A11000000	A11100000	A11200000	A11300000	A11400000	A11500000	A11600000	A11700000	A11800000	A11900000	A12000000	A12100000	A12200000	A12300000	A12400000	A12500000	A12600000	A12700000	A12800000	A12900000	A13000000	A13100000	A13200000	A13300000	A13400000	A13500000	A13600000	A13700000	A13800000	A13900000	A14000000	A14100000	A14200000	A14300000	A14400000	A14500000	A14600000	A14700000	A14800000	A14900000	A15000000	A15100000	A15200000	A15300000	A15400000	A15500000	A15600000	A15700000	A15800000	A15900000	A16000000	A16100000	A16200000	A16300000	A16400000	A16500000	A16600000	A16700000	A16800000	A16900000	A17000000	A17100000	A17200000	A17300000	A17400000	A17500000	A17600000	A17700000	A17800000	A17900000	A18000000	A18100000	A18200000	A18300000	A18400000	A18500000	A18600000	A18700000	A18800000	A18900000	A19000000	A19100000	A19200000	A19300000	A19400000	A19500000	A196000
--	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	---------

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Lampiran 5 Output SPSS****A. Hasil Uji Validitas**

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 Total.X1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

**Correlations**

		Correlations								Kemudahan (X1)
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
X1.1	Pearson Correlation	1	.352**	.445**	.352**	.400**	.412**	.374**	.269**	.586**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation		.352**	1	.430**	.385**	.433**	.491**	.575**	.383**
	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation			.445**	.430**	1	.591**	.626**	.691**	.567**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation				.352**	.385**	.591**	1	.638**	.651**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation					.400**	.433**	.626**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)					.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation						.412**	.491**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)						.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation							.374**	.575**	.567**
	Sig. (2-tailed)							.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation								.269**	.383**
	Sig. (2-tailed)								.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemudahan (X1)	Pearson Correlation	.586**	.661**	.802**	.785**	.805**	.869**	.794**	.652**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

### CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 Total.X2

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

#### Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kepercayaan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.247*	.272**	.337**	.150	.249*
	Sig. (2-tailed)		.013	.006	.001	.136	.012
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.247*	1	.433**	.536**	.506**	.467**
	Sig. (2-tailed)	.013		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.272**	.433**	1	.657**	.598**	.488**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.337**	.536**	.657**	1	.609**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.150	.506**	.598**	.609**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.136	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.249*	.467**	.488**	.634**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan (X2)	Pearson Correlation	.515**	.719**	.786**	.858**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Correlations

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 Total.X3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Keamanan (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.617**	.655**	.675**	.585**	.607**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.617**	1	.593**	.611**	.474**	.487**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.655**	.593**	1	.665**	.533**	.553**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.675**	.611**	.665**	1	.502**	.519**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.585**	.474**	.533**	.502**	1	.534**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.607**	.487**	.553**	.519**	.534**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Keamanan (X3)	Pearson Correlation	.858**	.780**	.829**	.822**	.756**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Total.Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

## Correlations

		Correlations						Loyalitas Konsumen (Y)
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Y1	Pearson Correlation	1	.631**	.676**	.593**	.513**	.651**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.631**	1	.613**	.577**	.524**	.471**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.676**	.613**	1	.607**	.537**	.564**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.593**	.577**	.607**	1	.395**	.579**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.513**	.524**	.537**	.395**	1	.528**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.651**	.471**	.564**	.579**	.528**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Loyalitas Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.852**	.810**	.832**	.792**	.709**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

## Hasil Uji Reliabilitas

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

Cases			%
	N	%	
Valid	100	100.0	
Excluded <sup>a</sup>	0	.0	
Total	100	100.0	

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	8

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```



UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

Cases	N		%
	Valid	Excluded <sup>a</sup>	
Total	100	0	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	6

RELIABILITY  
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6  
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.

#### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© |

#### Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

IN Su

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	6

#### RELIABILITY

```
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

#### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

Cases		N	%
	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

ulte

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	6

Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**@ Hak cipta milik UIN Suska Riau****Analisis Regresi**

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Total.Y
/METHOD=ENTER Total.X1 Total.X2 Total.X3
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/SAVE RESID.
  
```

**Regression****Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keamanan (X3), Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2) <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 <sup>a</sup>	.670	.659	2.660

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X3), Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2)

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1375.616	3	458.539	64.828	.000 <sup>b</sup>
Residual	679.024	96	7.073		
Total	2054.640	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X3), Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

@ |

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	4.087	1.406		2.906	.005			
Kemudahan (X1)	.139	.067	.185	2.094	.039	.442	2.261	
Kepercayaan (X2)	.189	.091	.185	2.088	.039	.440	2.270	
Keamanan (X3)	.456	.065	.551	7.046	.000	.563	1.776	

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Model	Coefficient Correlations <sup>a</sup>					
	Keamanan (X3)	Kemudahan (X1)	Kepercayaan (X2)			
1 Correlations	Keamanan (X3)	1.000		-.313		-.319
	Kemudahan (X1)	-.313	1.000		-.543	
	Kepercayaan (X2)	-.319	-.543	1.000		
Covariances	Keamanan (X3)	.004		-.001		-.002
	Kemudahan (X1)	-.001		.004		-.003
	Kepercayaan (X2)	-.002		-.003		.008

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Model	Dimension	Eigenvalue	Variance Proportions			Keamanan (X3)
			Condition Index	(Constant)	Kemudahan (X1)	
1	1	3.934	1.000	.00	.00	.00
	2	.034	10.752	.49	.00	.00
	3	.020	13.985	.51	.24	.22
	4	.012	18.150	.00	.76	.78

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

	Residuals Statistics <sup>a</sup>				
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.57	28.24	21.44	3.728	100
Std. Predicted Value	-1.844	1.824	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.314	.848	.518	.121	100
Adjusted Predicted Value	14.56	28.15	21.44	3.718	100
Residual	-6.506	5.308	.000	2.619	100
Std. Residual	-2.446	1.996	.000	.985	100
Stud. Residual	-2.493	2.068	-.001	1.005	100
Deleted Residual	-6.757	5.699	-.003	2.731	100
Stud. Deleted Residual	-2.564	2.105	-.002	1.013	100
Mahal. Distance	.389	9.067	2.970	1.926	100
Cook's Distance	.000	.079	.011	.014	100
Centered Leverage Value	.004	.092	.030	.019	100

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Kasim Riau

## © Hak Cipta Charts

NPAR TESTS  
 /K-S (NORMAL) =RES\_1  
 /MISSING ANALYSIS.

## NPar Tests

### State I:

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized  
Residual

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61893744
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.043
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.119 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## © Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.