

JADWAL PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini direncanakan berlangsung selama enam bulan dengan alokasi waktu seperti tercantum dalam tabel di bawah ini:

No.	Tahap dan Kegiatan Penelitian	2019					
		1	2	3	4	5	6
1	Persiapan penyusunan proposal penelitian	xx					
2	Bimbingan penyusunan proposal penelitian		xx	xx			
3	Seminar proposal penelitian			xx			
4	Pengumpulan data primer dan sekunder				xx		
5	Pengolahan dan analisis data					xx	
6	Penyusunan laporan hasil penelitian					xx	
7	Ujian skripsi						xx



SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE TRUST*, *PRIOR ONLINE PURCHASE EXPERIENCE*,
DAN PROMOSI TERHADAP *ONLINE REPURCHASE INTENTION* DI
SHOPEE.CO.ID**

Oleh :
Firdatus Amalia
NPM : 15.312.022

Telah dipertahankan di depan

Penguji pada Tanggal : 19 Juli 2019

Pembimbing 1



Sukaris, SE., M.SM
NIP: 03110506119

Penguji 1



Abdurrahman Faris I.H.P., SE., M.SM
NIP:03111507176

Penguji 2



Rahmat Agus Santoso, SE.,MM
NIP: 03110706141

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Suwarno,SE.,M.Si
NIP : 03219604028

Ketua Program Studi Manajemen



Anita Handiyani,SE.,M.S.M
NIP : 03111507177

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh *Online Trust*, *Prior Online Purchase Experience*, dan Promosi Terhadap *Online Repurchase Intention* dan diajukan pada tanggal 19 Juli 2019, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin,tiru,atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri,berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 19 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Firdatus Amalia



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Penyaji : Firdatus Amalia
 N IM : 15 312 022
 Program Studi : Manajemen
 Alamat / Tlp : Kedayang RT 2 RW 1
 0857 3002 6967
 Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Graha Natasha

Pembimbing I : Sukaris, SE., M.SM
 Pembimbing II : -
 Konsultasi:

Tanggal	Paraf Pembimbing		KETERANGAN
	I	II	
6/2 2019	<i>[Signature]</i>		Konsultasi judul
20/2 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3
28/2 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3
2/3 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3
9/3 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Revisi
5/3 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Revisi
20/6 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3, 4, 5
24/6 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3, 4, 5
28/6 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3, 4, 5
29/6 2019	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	Penyusunan Bab 1, 2, 3, 4, 5

Tanggal Pengajuan : 2018/09/03
 Batas Akhir Bimbingan : 2019/09/03
 Selesai Penulisan :
 Tanggal Diujikan :

Prodi Manajemen

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Anita Handayani.,SE.,M.S.M

Sukaris, SE., M.SM

:



BERITA ACARA UJIAN SIDANG SKRIPSI
SEMESTER GENAP 2018/2019
Nomer : 621/II.3.UMG/Man/E/2019

Pada hari ini **Jum'at**, Tanggal **19 Juli 2019**, pukul **07.00 - 08.30**. Telah dilaksanakan Ujian Sidang Skripsi Pada Mahasiswa :

Nama Mahasiswa : **Firdatus Amalia**
NIM : **15 312 022**
Judul Skripsi : **Pengaruh Online Trust, Prior Online Purchase Experience dan Promosi Terhadap Online Repurchase Intention Pada Shopee.co.id**

Dosen Pembimbing I : **Sukaris, SE., M.SM**
Dosen Pembimbing II : **-**
Penguji I : **Abdurrahman Faris I.H.P., SE.,M.S.M**
Penguji II : **Rahmat Agus Santoso, SE.,MM**

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda Tangan
1	Sukaris, SE., M.SM	Ketua	
2	-	Sekretaris	
3	Abdurrahman Faris I.H.P., SE.,M.S.M	Anggota	
4	Rahmat Agus Santoso, SE.,MM	Anggota	

Berdasarkan hasil Ujian Sidang Skripsi yang telah dilakukan di depan penguji dinyatakan :

Lulus (Diterima / Diterima dengan Perbaikan) atau **Mengulang** atau **Tidak Lulus***

Mengetahui,
Ketua Program Studi,

Anifa Handayani, SE.,M.S.M

Catatan :
*) Coret yang tidak perlu

Gresik, 19 Juli 2019,
Ketua Tim Penguji,

Sukaris, SE., M.SM






UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl.Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Setelah kami teliti perbaikan revisi skripsi :

Nama : Firdatus Amalia
NIM : 15 312 022
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Online Trust, Prior Online Purchase Experience dan Promosi Terhadap Online Repurchase Intention Pada Shopee.co.id

Kami penguji dapat menyetujui perbaikan revisi skripsi tersebut.

Nama Penguji	Tanda tangan persetujuan penguji	Tanggal Persetujuan
1. Sukaris, SE., M.SM	1. 	1. 22/8 2019
2. -	2. _____	2. _____
3. Abdurrahman Faris I.H.P., SE.,M.S.M3	3. 	3. 22/8 2019
4. Rahmat Agus Santoso, SE.,MM4	4. 	4. 22/8 19

Catatan :
Setiap mahasiswa/wi mengisi rangkap 2 (dua)



LAMPIRAN KUESIONER

**Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara
Di Tempat**

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

Nama : Firdatus Amalia

NIM : 15312022

Sedang mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh *Online Trust*, *Prior Online Purchase Experience* dan Promosi Terhadap *Online Repurchase Intention* Pada Toko *Online* Shopee”. Bapak/Ibu/Saudara/I terpilih sebagai responden untuk memberikan pendapat dan masukan guna keperluan penelitian yang merupakan tugas akhir mahasiswa strata satu (S1) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomu Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dalam menjawab kuesioner yang saya berikan, mohon kepada Bapak/Ibu/saudara/I untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Besar harapan saya, Bapak/Ibu/Saudara/I bersedia untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Firdatus Amalia

A. DATA RESPONDEN

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon saudara mengisi data berikut terlebih dahulu (jawaban yang saudara berikan akan dilakukan secara rahasia)

- Nama :
- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Usia : <17 tahun
 18-21
 22-30
 >30
- Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negeri/Swasta
 Wiraswasta

Berapa kali anda belanja di shopee selama 1 bulan terakhir?....

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Pilihlah jawaban pernyataan di bawah ini yang sesuai dengan jawaban anda dengan jujur dan tanpa dipengaruhi orang lain.
2. Pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberikan tanda centang pada salah satu jawaban STS, TS, RG, S, dan SS pada kolom yang telah disediakan, dimana:

a. STS = Sangat Tidak Setuju

b. TS = Tidak Setuju

c. RG = Ragu

d. S = Setuju

e. SS = Sangat Setuju

- i. Daftar pernyataan variabel *online trust*

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya percaya belanja di shopee aman					
2	Saya percaya shopee dapat menjaga keamanan data saya					
3	Saya percaya shopee bisa diandalkan					

ii. Daftar Pernyataan variabel *Prior Online Purchase Experience*

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya sudah berpengalaman menggunakan situs belanja online shopee					
2	Saya merasa nyaman menggunakan situs belanja online shopee					
3	Saya merasa mudah dalam menggunakan situs belanja online shopee					

iii. Daftar Pernyataan variabel Promosi

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RG	S	SS
1	Promosi yang dilakukan shopee menarik					
2	Waktu penayangan iklan yang dilakukan shopee sudah tepat					
3	Informasi yang disampaikan pada iklan berguna bagi saya					

iv. Daftar Pernyataan variabel *Online Repurchase Intention*

NO	PERNYATAAN	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan kembali mengunjungi situs belanja online shopee					
2	Saya akan merekomendasikan pembelian secara online melalui shopee kepada orang lain					
3	Dalam waktu dekat saya akan menggunakan shopee lagi					

NO RESPONDEN	X1			TOTAL	X2			TOTAL	X3			TOTAL	Y			TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3		Y1.1	Y1.2	Y1.3	
1	5	5	4	14	3	4	5	12	4	3	3	10	5	5	5	15
2	4	3	4	11	3	3	4	10	5	5	2	12	3	3	4	10
3	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
4	2	3	3	8	3	3	3	9	5	4	4	13	3	4	3	10
5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
6	4	3	5	12	4	4	4	12	3	3	3	9	5	5	5	15
7	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12
8	5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12
9	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
10	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13
12	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14
14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
16	3	3	4	10	4	5	4	13	4	2	3	9	4	4	4	12
17	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	3	12	4	4	3	11
19	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
20	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12
21	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
22	4	4	4	12	4	4	5	13	3	3	4	10	5	4	4	13
23	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	5	15
24	5	5	4	14	3	5	5	13	5	4	4	13	4	3	4	11
25	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	3	13
26	4	4	5	13	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11
27	3	3	4	10	4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	4	13
28	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13
29	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
30	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12
31	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15
32	4	3	5	12	4	4	4	12	5	3	3	11	5	4	5	14
33	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	4	14
34	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	3	11	5	4	5	14
35	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
36	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	5	14	5	5	5	15
37	5	3	5	13	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
38	5	4	5	14	5	5	5	15	5	3	3	11	5	3	4	12
39	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15
40	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	15

41	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15
42	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	3	11	4	5	5	14
43	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
44	5	4	4	13	4	5	5	14	5	4	3	12	4	4	3	11
45	3	2	4	9	1	3	3	7	3	4	4	11	4	3	3	10
46	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
47	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	13	5	5	4	14
48	4	4	4	12	3	4	4	11	5	4	4	13	4	4	4	12
49	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
52	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13
53	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
54	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
55	5	5	5	15	3	4	5	12	5	5	5	15	4	4	4	12
56	5	5	5	15	5	4	3	12	4	5	4	13	4	3	3	10
57	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	15
58	4	4	5	13	5	5	5	15	5	3	4	12	4	4	4	12
59	2	2	2	6	4	2	2	8	3	3	2	8	2	1	1	4
60	4	4	4	12	4	3	3	10	3	4	4	11	3	3	4	10
61	4	4	5	13	4	5	5	14	4	3	3	10	4	5	4	13
62	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
63	3	4	3	10	4	3	4	11	3	4	3	10	4	3	2	9
64	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9
65	3	4	4	11	4	3	4	11	3	4	2	9	4	4	3	11
66	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
67	4	4	5	13	4	5	5	14	5	1	3	9	4	4	4	12
68	3	3	3	9	2	2	3	7	3	3	2	8	3	2	3	8
69	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	13	5	4	4	13
70	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14
71	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	5	13
72	4	4	4	12	5	4	5	14	2	1	2	5	4	4	5	13
73	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
74	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
75	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
76	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13
77	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12
78	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12
79	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13
80	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12
81	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	5	4	13

82	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12
83	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
84	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
85	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	5	13
86	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13
87	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14
88	4	5	4	13	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15
89	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
90	4	4	5	13	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
91	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	4	12
92	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
93	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	5	4	13
94	1	3	3	7	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10
95	1	3	4	8	4	3	3	10	4	5	3	12	2	3	3	8
96	2	4	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13

Lampiran 3

TABULASI DATA HASIL PENELITIAN



Lampiran 4

FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

1. Online Trust (X₁)

FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3
/ORDER=ANALYSIS.

		Statistics		
		X1.1	X1.2	X1.3
N	Valid	96	96	96
	Missing	3	3	3

Table

Frequency

		X1.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.1	2.1
	TS	3	3.0	3.1	5.2
	RG	7	7.1	7.3	12.5
	S	57	57.6	59.4	71.9
	SS	27	27.3	28.1	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

		X1.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.1	3.1

	RG	14	14.1	14.6	17.7
	S	55	55.6	57.3	75.0
	SS	24	24.2	25.0	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	RG	4	4.0	4.2	5.2
	S	58	58.6	60.4	65.6
	SS	33	33.3	34.4	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

DESCRIPTIVES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4
/STATISTICS=MEAN STDDEV.

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	96	1	5	4.08	.816
X1.2	96	2	5	4.04	.724
X1.3	96	2	5	4.28	.593
Valid N (listwise)	96				

2. Prior Online Purchase Experience (X₂)

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3
N	Valid	96	96	96
	Missing	3	3	3

Frequency Table



X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	RG	8	8.1	8.3	10.4
	S	52	52.5	54.2	64.6
	SS	34	34.3	35.4	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		



X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.1	2.1
	RG	9	9.1	9.4	11.5
	S	51	51.5	53.1	64.6

	SS	34	34.3	35.4	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	RG	8	8.1	8.3	9.4
	S	46	46.5	47.9	57.3
	SS	41	41.4	42.7	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

DESCRIPTIVES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3
/STATISTICS=MEAN STDDEV.

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	96	1	5	4.22	.728
X2.2	96	2	5	4.22	.699
X2.3	96	2	5	4.32	.673
Valid N (listwise)	96				

3.
Pro

mosi (X₃)

FREQUENCIES VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

	X3.1	X3.2	X3.3
--	------	------	------

N	Valid	96	96	96
	Missing	3	3	3

Frequency Table

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	RG	9	9.1	9.4	10.4
	S	50	50.5	52.1	62.5
	SS	36	36.4	37.5	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		



X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.1	2.1
	TS	1	1.0	1.0	3.1
	RG	13	13.1	13.5	16.7
	S	56	56.6	58.3	75.0
	SS	24	24.2	25.0	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.1	5.2	5.2
	RG	15	15.2	15.6	20.8
	S	55	55.6	57.3	78.1
	SS	21	21.2	21.9	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

DESCRIPTIVES VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4
/STATISTICS=MEAN STDDEV.

Descriptives**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	96	2	5	4.26	.669
X3.2	96	1	5	4.03	.787
X3.3	96	2	5	3.96	.767
Valid N (listwise)	96				

4. Online Repurchase Intention (Y)

FREQUENCIES VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Statistics		
		Y.1	Y.2	Y.3
N	Valid	96	96	96
	Missing	3	3	3

Frequency Table

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.1	2.1
	3	5	5.1	5.2	7.3
	4	51	51.5	53.1	60.4
	5	38	38.4	39.6	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.1
	3	11	11.1	11.5	13.5
	4	51	51.5	53.1	66.7
	5	32	32.3	33.3	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.1
	3	11	11.1	11.5	13.5
	4	52	52.5	54.2	67.7
	5	31	31.3	32.3	100.0
	Total	96	97.0	100.0	
Missing	System	3	3.0		
Total		99	100.0		

DESCRIPTIVES VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3
/STATISTICS=MEAN STDDEV.

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	96	2	5	4.26	.669
X3.2	96	1	5	4.03	.787
X3.3	96	2	5	3.96	.767
Valid N (listwise)	96				

Lampiran 5

HASIL UJI VALIDITAS

1. *Online Trust* (X₁)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Online Trust
X1.1	Pearson Correlation	1	.724**	.603**	.927**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.724**	1	.438**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.603**	.438**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Online Trust	Pearson Correlation	.927**	.859**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96



2. Prior Online Purchase Experience(X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Prior Online Purchase Experience
X2.1	Pearson Correlation	1	.567**	.499**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.567**	1	.721**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.499**	.721**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Prior Online Purchase Experience	Pearson Correlation	.814**	.891**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96



3. Promosi (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.444**	.453**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.444**	1	.578**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.453**	.578**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Promosi	Pearson Correlation	.753**	.843**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96



4. Online Repurchase IntentionY)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Online Repurchase Intention
Y.1	Pearson Correlation	1	.720**	.625**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.720**	1	.689**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.625**	.689**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Online Repurchase Intention	Pearson Correlation	.873**	.910**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96



Lampiran 6

DATA UJI RELIABILITAS INSTRUMEN

1. *Online Trust* (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	4

2. *Prior Online Purchase Experience* (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	13

3. *Promosi* (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	3

4. *Online Repurchase Intention* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	3

Lampiran 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24859978
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.103
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		1.012
Asymp. Sig. (2-tailed)		.257
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

2. Uji Multikoneritas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.561	1.269

a. Predictors: (Constant), Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.395	3	66.798	41.494	.000 ^a
	Residual	148.105	92	1.610		
	Total	348.500	95			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust

b. Dependent Variable: Onine Repurchase Intention

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.044	1.118		.934	.353		
	Online Trust	.224	.109	.214	2.061	.042	.427	2.341
	Prior Online Purchase Experience	.562	.109	.526	5.147	.000	.442	2.264
	Promosi	.133	.079	.126	1.692	.094	.836	1.196

a. Dependent Variable: Onine Repurchase Intention

3. Uji Heteroskedastisitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.159 ^a	.025	-.007	.87166

a. Predictors: (Constant), Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.810	3	.603	.794	.500 ^a
	Residual	69.901	92	.760		
	Total	71.711	95			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust

b. Dependent Variable: Abs_Res

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.766	.768		2.299	.024
	Online Trust	.059	.075	.125	.793	.430
	Prior Online Purchase Experience	-.068	.075	-.141	-.910	.365
	Promosi	-.060	.054	-.125	-1.115	.268

a. Dependent Variable: Abs_Res



Lampiran 8

ANALISIS LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Online Repurchase Intention

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.561	1.269

a. Predictors: (Constant), Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust

b. Dependent Variable: Online Repurchase Intention

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200.395	3	66.798	41.494	.000 ^a
	Residual	148.105	92	1.610		
	Total	348.500	95			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Prior Online Purchase Experience, Online Trust

b. Dependent Variable: Online Repurchase Intention

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.044	1.118		.934	.353
	Online Trust	.224	.109	.214	2.061	.042
	Prior Online Purchase Experience	.562	.109	.526	5.147	.000
	Promosi	.133	.079	.126	1.692	.094

a. Dependent Variable: Online Repurchase Intention



Lampiran 9

HASIL DATA UJI HIPOTESIS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.044	1.118		.934	.353		
Online Trust	.224	.109	.214	2.061	.042	.427	2.341
Prior Online Purchase Experience	.562	.109	.526	5.147	.000	.442	2.264
Promosi	.133	.079	.126	1.692	.094	.836	1.196

a. Dependent Variable: Onine Repurchase Intention

Lampiran 10

TABEL r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788

19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079

61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375