



LAMPIRAN 1
KUISONER

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Responden yang terhormat,

Dengan segala kerendahan hati saya mohon Anda dapat meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang saya ajukan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Daftar pertanyaan/kuesioner ini dimaksudkan sebagai alat pengumpulan data dalam penulisan skripsi yang berjudul “Faktor Penentu Loyalitas Konsumen Milenial Dalam Keputusan Pembelian Pada *Online Travel Agency* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik)”. Atas segala bantuan dan kerjasama Anda, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Identitas Responden:

Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang telah disediakan!

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia:
 - a. 18 – 20 tahun
 - b. 21 – 22 tahun
 - c. 23 – 25 tahun
3. Kebiasaan mengunjungi situs *website* atau membuka aplikasi layanan *Online Travel Agency* (OTA) untuk menggunakan layanan sebelum bepergian:
 - a. < 1 minggu
 - b. 1 – 2 minggu
 - c. 2 – 3 minggu
 - d. 3 – 4 minggu
 - e. > 1 bulan
4. Jumlah pembelian produk layanan *Online Travel Agency* (OTA)
 - a. 2 kali
 - b. 3 kali
 - c. > 3 kali
5. Sumber pengaruh melakukan pembelian produk layanan *Online Travel Agency* (OTA):
 - a. Keluarga
 - b. Teman
 - c. Iklan
 - d. Lainnya

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check (✓) untuk setiap jawaban Anda. Pilihan jawaban untuk pernyataan berikut ini adalah:

- SS** = sangat setuju
S = setuju
N = netral
TS = tidak setuju
STS = sangat tidak setuju

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KEPUASAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Anda merasa puas pelayanan yang diberikan Traveloka					
2	Anda merasa puas kebutuhan bertransaksi di Traveloka dapat memenuhi kebutuhan Anda					
3	Anda merasa puas karena pelayanan yang diberikan Traveloka sesuai dengan harapan Anda					
4	Anda merasa puas karena Traveloka memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dalam promosi					

KEPERCAYAAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
5	Anda merasa bahwa Traveloka ada <i>online travel agency</i> yang terbaik					
6	Traveloka mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang Anda harapkan					
7	Traveloka merupakan perusahaan yang jujur dalam setiap pelayanan yang diberikan					
8	Anda siap menerima risiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dalam transaksi Anda di Traveloka					

IKATAN EMOSI

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
9	Anda merasakan kehangatan dan keakraban dalam komunikasi pemasaran yang disampaikan Traveloka					
10	Anda akan sedih jika membayangkan Traveloka tidak lagi menyediakan jasa agen travel <i>online</i>					
11	Anda merasa tidak senang bila ada orang yang menjelek-jelekkan Traveloka					
12	Anda merasa senang bila ada orang yang memuji Traveloka					
13	Anda merasa antusias tiap kali hendak bertransaksi di Traveloka					

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KEMUDAHAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
14	Anda dapat menemukan layanan yang butuhkan di Traveloka					
15	Reservasi tiket maupun hotel mudah sekali dilakukan di Traveloka					
16	Pembayaran pesanan dapat dilakukan dengan mudah karena tersedia banyak variasi alat pembayaran					
17	Traveloka dapat digunakan dengan mudah di berbagai perangkat					

KENYAMANAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
18	Anda dapat melakukan reservasi di Traveloka dimanapun Anda berada					
19	Anda dapat melakukan reservasi di Traveloka kapanpun Anda mau selama 24 jam dalam sehari					
20	Traveloka menyediakan informasi yang lengkap tentang berbagai layanannya					
21	Anda dapat dengan mudah melakukan perbandingan antara penawaran Traveloka dengan <i>travel agent</i> yang lain					

PENGALAMAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
22	Iklan dari Traveloka memberikan banyak informasi yang anda butuhkan					
23	Menggunakan layanan Traveloka memudahkan aktivitas yang Anda lakukan					
24	Melakukan pembelian atau reservasi di Traveloka memberikan Anda kesenangan tersendiri					
25	Menggunakan layanan Traveloka membuat Anda merasa lebih percaya diri					

KOMITMEN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
26	Anda merasa memiliki ikatan emosional dengan layanan yang Anda gunakan di Traveloka					
27	Anda senang membicarakan Traveloka dengan orang lain					

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
28	Anda merasa sulit pindah ke agen travel lain meskipun menginginkannya					
29	Pindah ke agen travel lain akan membuat banyak urusan Anda yang terganggu					
30	Anda memutuskan untuk tetap menggunakan layanan Traveloka atas dasar pertimbangan ekonomi, psikologis, dan teknologi					

KUALITAS LAYANAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
31	Traveloka mampu memberikan pelayanan yang cepat dan akurat					
32	Traveloka selalu memberikan pelayanan yang tepat sesuai permintaan Anda					
33	Traveloka menangani keluhan pelanggannya dengan cepat					
34	Traveloka menjamin keamanan data transaksi dan data pribadi Anda					
35	Traveloka memberikan jaminan <i>refund</i> bila terjadi kesalahan					
36	<i>Customer service</i> mudah dihubungi untuk menyampaikan pertanyaan atau keluhan					
37	Halaman <i>website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> dapat diakses dengan mudah					
38	Traveloka menyediakan fitur yang lengkap di halaman <i>website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> -nya					

KUALITAS INFORMASI

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
39	Traveloka memberikan informasi yang lengkap, baik melalui <i>iklan</i> , <i>website</i> maupun aplikasi <i>mobile</i>					
40	Informasi yang diberikan Traveloka jelas dan mudah dipahami					
41	Informasi yang diberikan Traveloka sesuai dengan kebutuhan Anda					

CITRA MEREK

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
42	Traveloka merupakan <i>online travel agency</i> yang mampu menarik minat konsumen					

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
43	Traveloka mampu membangun hubungan jangka panjang yang positif dengan para pelanggannya					
44	Anda memiliki keinginan untuk terus melakukan pembelian di Traveloka					
45	Traveloka merupakan merek yang dapat mencerminkan gaya hidup modern					

KEAMANAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
46	Traveloka memiliki sistem yang dapat menjamin keamanan transaksi					
47	Data transaksi maupun data pribadi konsumen terlindungi dengan baik di Traveloka					
48	Anda bebas bertransaksi di Traveloka tanpa merasakan adanya tekanan dari manapun					

EFISIENSI

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
49	Menggunakan Traveloka dapat menghemat waktu, sehingga waktu Anda tidak terbuang sia-sia					
50	Proses transaksi di Traveloka dapat dilakukan dengan cepat dan tidak berbelit-belia					
51	Anda tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan di luar kebutuhan Anda dengan menggunakan di Traveloka					

REPUTASI

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
52	Traveloka merupakan <i>online travel agency</i> yang sangat terkenal di Indonesia					
53	Traveloka merupakan <i>online travel agency</i> yang terpercaya, dibuktikan dengan penggunaan paling banyak dibanding OTA lainnya					
54	Traveloka merupakan <i>online travel agency</i> yang dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan transportasi dan akomodasi					

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

HARGA

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
55	Anda memilih Traveloka atas dasar pertimbangan harga yang murah					
56	Harga yang ditetapkan Traveloka sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
57	Traveloka menetapkan harga yang murah dibandingkan perusahaan pesaing					

PENGEMBALIAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
58	Perusahaan menjanjikan <i>refund</i> bila terjadi kesalahan					
59	Perusahaan melakukan <i>refund</i> sesuai dengan yang dijanjikan					
60	Proses <i>refund</i> dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, tanpa prosedur yang berbelit					

BIAYA PERALIHAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
61	Anda tidak ingin beralih ke perusahaan lain karena adanya biaya terkait waktu dan usaha untuk pindah					
63	Anda tidak ingin beralih ke perusahaan lain karena tidak mau kehilangan <i>benefit</i> yang diberikan Traveloka, seperti poin, diskon dan sebagainya					
64	Anda merasa kekurang nyaman pindah ke perusahaan lain, karena harus beradaptasi dengan perusahaan yang baru					

KUALITAS TAMPILAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
65	<i>Website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> Traveloka memiliki tampilan visual yang menarik					
66	<i>Website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> Traveloka memiliki tampilan antarmuka (<i>user interface</i>) yang komunikatif dengan penggunanya					
67	Informasi layanan Traveloka tersedia dengan jelas di tampilan antarmuka <i>website</i> dan aplikasi <i>mobile</i> Traveloka					

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Correlations				
		P1	P2	P3	P4	Kepuasan
P1	Pearson Correlation	1	,651**	,421**	,246*	,743**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,014	,000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,651**	1	,479**	,359**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,421**	,479**	1	,678**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,246*	,359**	,678**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	,743**	,798**	,835**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		Correlations				
		P5	P6	P7	P8	Kepercayaan
P5	Pearson Correlation	1	,327**	,230*	,173	,534**
	Sig. (2-tailed)		,001	,021	,084	,000
	N	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,327**	1	,743**	,675**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	,230*	,743**	1	,705**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,021	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	,173	,675**	,705**	1	,827**
	Sig. (2-tailed)	,084	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	,534**	,885**	,868**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Correlations					
		P9	P10	P11	P12	P13	Ikatan Emosi
P9	Pearson Correlation	1	,645**	,633**	,478**	-,092	,808**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,360	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	,645**	1	,472**	,385**	,079	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,432	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	,633**	,472**	1	,545**	,045	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,660	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	,478**	,385**	,545**	1	-,074	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,467	,000
	N	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson Correlation	-,092	,079	,045	-,074	1	,259**
	Sig. (2-tailed)	,360	,432	,660	,467		,009
	N	100	100	100	100	100	100
Ikatan Emosi	Pearson Correlation	,808**	,780**	,809**	,693**	,259**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,009	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations				
		P14	P15	P16	P17	Kemudahan
P14	Pearson Correlation	1	,636**	,512**	,596**	,862**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P15	Pearson Correlation	,636**	1	,346**	,559**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P16	Pearson Correlation	,512**	,346**	1	,404**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P17	Pearson Correlation	,596**	,559**	,404**	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Kemudahan	Pearson Correlation	,862**	,795**	,713**	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

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

Correlations

		Correlations				
		P18	P19	P20	P21	Kenyamanan
P18	Pearson Correlation	1	,566**	,423**	,432**	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P19	Pearson Correlation	,566**	1	,655**	,606**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P20	Pearson Correlation	,423**	,655**	1	,775**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P21	Pearson Correlation	,432**	,606**	,775**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Kenyamanan	Pearson Correlation	,729**	,850**	,865**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations				
		P22	P23	P24	P25	Pengalaman
P22	Pearson Correlation	1	,528**	,448**	,474**	,815**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P23	Pearson Correlation	,528**	1	,382**	,391**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P24	Pearson Correlation	,448**	,382**	1	,303**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,000
	N	100	100	100	100	100
P25	Pearson Correlation	,474**	,391**	,303**	1	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,000
	N	100	100	100	100	100
Pengalaman	Pearson Correlation	,815**	,783**	,696**	,713**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

Correlations						
	P26	P27	P28	P29	P30	Komitmen
P26	Pearson Correlation	1	,598**	,492**	,658**	,545**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P27	Pearson Correlation	,598**	1	,516**	,454**	,318**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001
	N	100	100	100	100	100
P28	Pearson Correlation	,492**	,516**	1	,484**	,401**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P29	Pearson Correlation	,658**	,454**	,484**	1	,538**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
P30	Pearson Correlation	,545**	,318**	,401**	,538**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
Komitmen	Pearson Correlation	,860**	,761**	,742**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Correlations

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

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

Correlations

		Correlations			
		P39	P40	P41	Kualitas Informasi
P39	Pearson Correlation	1	,713**	,588**	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P40	Pearson Correlation	,713**	1	,632**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P41	Pearson Correlation	,588**	,632**	1	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Kualitas Informasi	Pearson Correlation	,877**	,899**	,844**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations				
		P42	P43	P44	P45	Citra Merek
P42	Pearson Correlation	1	,440**	,599**	,532**	,801**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P43	Pearson Correlation	,440**	1	,455**	,432**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P44	Pearson Correlation	,599**	,455**	1	,624**	,841**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P45	Pearson Correlation	,532**	,432**	,624**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Citra Merek	Pearson Correlation	,801**	,730**	,841**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Correlations			
		P46	P47	P48	Keamanan
P46	Pearson Correlation	1	,384**	,528**	,823**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P47	Pearson Correlation	,384**	1	,394**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P48	Pearson Correlation	,528**	,394**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Keamanan	Pearson Correlation	,823**	,728**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations			
		P49	P50	P51	Efisiensi
P49	Pearson Correlation	1	,598**	,492**	,850**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P50	Pearson Correlation	,598**	1	,516**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P51	Pearson Correlation	,492**	,516**	1	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Efisiensi	Pearson Correlation	,850**	,855**	,786**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Correlations			
		P52	P53	P54	Reputasi
P52	Pearson Correlation	1	,538**	,485**	,833**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P53	Pearson Correlation	,538**	1	,492**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P54	Pearson Correlation	,485**	,492**	1	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Reputasi	Pearson Correlation	,833**	,816**	,806**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations			
		P55	P56	P57	Harga
P55	Pearson Correlation	1	,628**	,451**	,865**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P56	Pearson Correlation	,628**	1	,290**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000
	N	100	100	100	100
P57	Pearson Correlation	,451**	,290**	1	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,865**	,801**	,729**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Correlations			
		P58	P59	P60	Pengembalian
P58	Pearson Correlation	1	,743**	,675**	,898**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P59	Pearson Correlation	,743**	1	,705**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P60	Pearson Correlation	,675**	,705**	1	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Pengembalian	Pearson Correlation	,898**	,910**	,884**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Correlations			
		P61	P62	P63	Biaya Peralihan
P61	Pearson Correlation	1	,425**	,500**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P62	Pearson Correlation	,425**	1	,591**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P63	Pearson Correlation	,500**	,591**	1	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Biaya Peralihan	Pearson Correlation	,785**	,820**	,851**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Correlations			
		P64	P65	P66	Kualitas Tampilan
P64	Pearson Correlation	1	,535**	,605**	,870**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
P65	Pearson Correlation	,535**	1	,428**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
P66	Pearson Correlation	,605**	,428**	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Kualitas Tampilan	Pearson Correlation	,870**	,783**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Kepuasan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,783	4

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,791	4

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Ikatan Emosi

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,707	5

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,805	4

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Kenyamanan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100
	Excluded ^a	0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,844	4

Pengalaman

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100
	Excluded ^a	0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,745	4

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Komitmen

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100
	Excluded ^a	0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	5

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100
	Excluded ^a	0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	8

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Kualitas Informasi

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

Cases		N	%
		Valid	100
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
,845	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

Cases		N	%
		Valid	100
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
,808	4

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Keamanan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,700	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,775	3

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Reputasi

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100 100,0
	Excluded ^a	0 ,0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100 100,0
	Excluded ^a	0 ,0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,714	3

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Pengembalian

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100 100,0
	Excluded ^a	0 ,0
	Total	100 100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases	Valid	100 100,0
	Excluded ^a	0 ,0
	Total	100 100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,754	3

Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas

Kualitas Tampilan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	3

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Factor Analysis

Correlation Matrix

		Kepuasan	Kepercayaan	Ikatan Emosi	Kemudahan
Correlation	Kepuasan	1,000	0,431	0,146	0,340
	Kepercayaan	0,431	1,000	0,130	0,249
	Ikatan Emosi	0,146	0,130	1,000	0,066
	Kemudahan	0,340	0,249	0,066	1,000
	Kenyamanan	0,144	0,036	0,112	0,098
	Pengalaman	0,227	0,133	0,266	0,141
	Komitmen	0,303	0,585	0,299	0,273
	Kualitas Layanan	0,402	0,871	0,172	0,309
	Kualitas Informasi	0,424	0,342	0,064	0,291
	Citra Merek	0,432	0,502	0,296	0,247
	Keamanan	0,419	0,621	0,248	0,381
	Efisiensi	0,267	0,521	0,282	0,212
	Reputasi	0,324	0,639	0,228	0,297
	Harga	0,427	0,651	0,175	0,346
	Pengembalian	0,238	0,959	0,133	0,189
	Biaya Peralihan	0,030	0,386	0,055	0,087
	Kualitas Tampilan	0,173	0,405	0,161	0,102
Sig. (1-tailed)	Kepuasan		0,000	0,073	0,000
	Kepercayaan		0,000		0,098
	Ikatan Emosi		0,073	0,098	
	Kemudahan		0,000	0,006	0,257
	Kenyamanan		0,077	0,362	0,134
	Pengalaman		0,011	0,093	0,004
	Komitmen		0,001	0,000	0,001
	Kualitas Layanan		0,000	0,000	0,001
	Kualitas Informasi		0,000	0,000	0,264
	Citra Merek		0,000	0,000	0,001
	Keamanan		0,000	0,000	0,006
	Efisiensi		0,004	0,000	0,002
	Reputasi		0,001	0,000	0,011
	Harga		0,000	0,000	0,041
	Pengembalian		0,009	0,000	0,094
	Biaya Peralihan		0,385	0,000	0,293
	Kualitas Tampilan		0,042	0,000	0,054

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Correlation Matrix

		Kenyamanan	Pengalaman	Komitmen	Kualitas Layanan
Correlation	Kepuasan	0,144	0,227	0,303	0,402
	Kepercayaan	0,036	0,133	0,585	0,871
	Ikatan Emosi	0,112	0,266	0,299	0,172
	Kemudahan	0,098	0,141	0,273	0,309
	Kenyamanan	1,000	0,080	0,085	0,066
	Pengalaman	0,080	1,000	0,184	0,142
	Komitmen	0,085	0,184	1,000	0,776
	Kualitas Layanan	0,066	0,142	0,776	1,000
	Kualitas Informasi	-0,118	0,063	0,434	0,388
	Citra Merek	0,006	0,202	0,776	0,678
	Keamanan	0,092	0,248	0,804	0,795
	Efisiensi	0,103	0,167	0,949	0,709
	Reputasi	0,020	0,149	0,867	0,816
	Harga	0,128	0,162	0,744	0,892
	Pengembalian	-0,002	0,060	0,598	0,868
Sig. (1-tailed)	Biaya Peralihan	-0,014	0,099	0,232	0,296
	Kualitas Tampilan	-0,025	0,131	0,195	0,304
	Kepuasan	0,077	0,011	0,001	0,000
	Kepercayaan	0,362	0,093	0,000	0,000
	Ikatan Emosi	0,134	0,004	0,001	0,044
	Kemudahan	0,165	0,082	0,003	0,001
	Kenyamanan		0,214	0,201	0,258
	Pengalaman	0,214		0,033	0,080
	Komitmen	0,201	0,033		0,000
	Kualitas Layanan	0,258	0,080	0,000	
	Kualitas Informasi	0,122	0,266	0,000	
	Citra Merek	0,476	0,022	0,000	
	Keamanan	0,183	0,007	0,000	
	Efisiensi	0,153	0,049	0,000	
	Reputasi	0,421	0,070	0,000	
	Harga	0,102	0,054	0,000	
	Pengembalian	0,492	0,276	0,000	
	Biaya Peralihan	0,446	0,164	0,010	0,001
	Kualitas Tampilan	0,403	0,097	0,026	0,001

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Correlation Matrix

		Kualitas Informasi	Citra Merek	Keamanan	Efisiensi	Reputasi
Correlation	Kepuasan	0,424	0,432	0,419	0,267	0,324
	Kepercayaan	0,342	0,502	0,621	0,521	0,639
	Ikatan Emosi	0,064	0,296	0,248	0,282	0,228
	Kemudahan	0,291	0,247	0,381	0,212	0,297
	Kenyamanan	-0,118	0,006	0,092	0,103	0,020
	Pengalaman	0,063	0,202	0,248	0,167	0,149
	Komitmen	0,434	0,776	0,804	0,949	0,867
	Kualitas Layanan	0,388	0,678	0,795	0,709	0,816
	Kualitas Informasi	1,000	0,577	0,390	0,409	0,361
	Citra Merek	0,577	1,000	0,767	0,769	0,645
	Keamanan	0,390	0,767	1,000	0,751	0,784
	Efisiensi	0,409	0,769	0,751	1,000	0,703
	Reputasi	0,361	0,645	0,784	0,703	1,000
	Harga	0,406	0,667	0,734	0,696	0,697
	Pengembalian	0,318	0,493	0,585	0,535	0,637
	Biaya Peralihan	0,138	0,244	0,284	0,227	0,205
	Kualitas Tampilan	0,166	0,244	0,237	0,183	0,162
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	0,000	0,000	0,000	0,004	0,001
	Kepercayaan	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Ikatan Emosi	0,264	0,001	0,006	0,002	0,011
	Kemudahan	0,002	0,007	0,000	0,017	0,001
	Kenyamanan	0,122	0,476	0,183	0,153	0,421
	Pengalaman	0,266	0,022	0,007	0,049	0,070
	Komitmen	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Kualitas Layanan	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Kualitas Informasi		0,000	0,000	0,000	0,000
	Citra Merek	0,000		0,000	0,000	0,000
	Keamanan	0,000	0,000		0,000	0,000
	Efisiensi	0,000	0,000	0,000		0,000
	Reputasi	0,000	0,000	0,000	0,000	
	Harga	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	Pengembalian	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000
	Biaya Peralihan	0,086	0,007	0,002	0,011	0,021
	Kualitas Tampilan	0,049	0,007	0,009	0,034	0,054

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Correlation Matrix

		Harga	Pengembalian	Biaya Peralihan	Kualitas Tampilan
Correlation	Kepuasan	0,427	0,238	0,030	0,173
	Kepercayaan	0,651	0,959	0,386	0,405
	Ikatan Emosi	0,175	0,133	0,055	0,161
	Kemudahan	0,346	0,189	0,087	0,102
	Kenyamanan	0,128	-0,002	-0,014	-0,025
	Pengalaman	0,162	0,060	0,099	0,131
	Komitmen	0,744	0,598	0,232	0,195
	Kualitas Layanan	0,892	0,868	0,296	0,304
	Kualitas Informasi	0,406	0,318	0,138	0,166
	Citra Merek	0,667	0,493	0,244	0,244
	Keamanan	0,734	0,585	0,284	0,237
	Efisiensi	0,696	0,535	0,227	0,183
	Reputasi	0,697	0,637	0,205	0,162
	Harga	1,000	0,633	0,135	0,182
	Pengembalian	0,633	1,000	0,435	0,417
	Biaya Peralihan	0,135	0,435	1,000	0,679
	Kualitas Tampilan	0,182	0,417	0,679	1,000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	0,000	0,009	0,385	0,042
	Kepercayaan	0,000	0,000	0,000	0,000
	Ikatan Emosi	0,041	0,094	0,293	0,054
	Kemudahan	0,000	0,030	0,194	0,155
	Kenyamanan	0,102	0,492	0,446	0,403
	Pengalaman	0,054	0,276	0,164	0,097
	Komitmen	0,000	0,000	0,010	0,026
	Kualitas Layanan	0,000	0,000	0,001	0,001
	Kualitas Informasi	0,000	0,001	0,086	0,049
	Citra Merek	0,000	0,000	0,007	0,007
	Keamanan	0,000	0,000	0,002	0,009
	Efisiensi	0,000	0,000	0,011	0,034
	Reputasi	0,000	0,000	0,021	0,054
	Harga		0,000	0,090	0,035
	Pengembalian	0,000		0,000	0,000
	Biaya Peralihan	0,090	0,000		0,000
	Kualitas Tampilan	0,035	0,000	0,000	

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Inverse of Correlation Matrix									
	Kepuasan	Kepercayaan	Ikatan Emosi	Kemudahan	Kenyamanan	Pengalaman	Komitmen	Kualitas Layanan	Kualitas Informasi
Kepuasan	3,334	-7,346	-0,207	-0,153	-0,238	0,112	-0,709	-0,887	-0,619
Kepercayaan	-7,346	32,723	0,674	-0,195	-0,022	-1,298	3,307	-2,808	0,568
Ikatan Emosi	-0,207	0,674	1,279	0,006	-0,101	-0,265	-0,171	0,918	0,222
Kemudahan	-0,153	-0,195	0,006	1,345	-0,063	-0,016	-1,12	-0,197	-0,284
Kenyamanan	-0,238	-0,022	-0,101	-0,063	1,15	0,008	-0,858	-0,264	0,261
Pengalaman	0,112	-1,298	-0,265	-0,016	0,008	1,238	-1,356	-0,526	0,065
Komitmen	-0,709	3,307	-0,171	-1,12	-0,858	-1,356	104,567	58,976	-0,12
Kualitas Layanan	-0,887	-2,808	0,918	-0,197	-0,264	-0,526	58,976	73,033	1,588
Kualitas Informasi	-0,619	0,568	0,222	-0,284	0,261	0,065	-0,12	1,588	1,881
Citra Merek	-0,828	2,33	-0,325	0,358	0,252	-0,059	-2,33	-2,612	-1,057
Keamanan	0,248	-1,815	-0,054	-0,573	-0,086	-0,205	-0,991	-4,188	0,308
Efisiensi	1,012	-2,429	-0,069	0,948	0,292	0,917	-68,652	-38,032	-0,02
Reputasi	0,328	-0,473	-0,228	0,432	0,614	0,703	-53,891	-37,233	-0,23
Harga	-0,178	2,245	-0,169	-0,172	-0,094	0,17	-27,003	-32,353	-0,661
Pengembalian	7,389	-29,583	-1,034	0,413	0,198	1,598	-26,186	-27,984	-1,371
Biaya Peralihan	0,081	0,903	0,239	-0,067	-0,094	-0,128	1,312	1,203	0,012
Kualitas Tampilan	-0,263	-0,086	-0,253	0,001	0,109	-0,028	-2,166	-1,374	0,007

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Inverse of Correlation Matrix									
	Kualitas Informasi	Citra Merek	Keamanan	Efisiensi	Reputasi	Harga	Pengembalian	Biaya Peralihan	Kualitas Tampilan
Kepuasan	-0,619	-0,828	0,248	1,012	0,328	-0,178	7,389	0,081	-0,263
Kepercayaan	0,568	2,33	-1,815	-2,429	-0,473	2,245	-29,583	0,903	-0,086
Ikatan Emosi	0,222	-0,325	-0,054	-0,069	-0,228	-0,169	-1,034	0,239	-0,253
Kemudahan	-0,284	0,358	-0,573	0,948	0,432	-0,172	0,413	-0,067	0,001
Kenyamanan	0,261	0,252	-0,086	0,292	0,614	-0,094	0,198	-0,094	0,109
Pengalaman	0,065	-0,059	-0,205	0,917	0,703	0,17	1,598	-0,128	-0,028
Komitmen	-0,12	-2,33	-0,991	-68,652	-53,891	-27,003	-26,186	1,312	-2,166
Kualitas Layanan	1,588	-2,612	-4,188	-38,032	-37,233	-32,353	-27,984	1,203	-1,374
Kualitas Informasi	1,881	-1,057	0,308	-0,02	-0,23	-0,661	-1,371	0,012	0,007
Citra Merek	-1,057	4,404	-1,563	0,06	1,601	0,841	-0,834	-0,108	-0,055
Keamanan	0,308	-1,563	5,208	-0,08	-0,453	1,121	3,457	-0,567	0,175
Efisiensi	-0,02	0,06	-0,08	48,618	34,621	16,698	17,121	-0,974	1,536
Reputasi	-0,23	1,601	-0,453	34,621	32,296	16,551	14,496	-0,643	1,44
Harga	-0,661	0,841	1,121	16,698	16,551	17,664	10,382	0,09	0,538
Pengembalian	-1,371	-0,834	3,457	17,121	14,496	10,382	42,119	-1,894	0,194
Biaya Peralihan	0,012	-0,108	-0,567	-0,974	-0,643	0,09	-1,894	2,246	-1,328
Kualitas Tampilan	0,007	-0,055	0,175	1,536	1,44	0,538	0,194	-1,328	2,147

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,716
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	1752,925
df	136
Sig.	,000



Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Anti-image Matrices

	Kepuasan	Kepercayaan	Ikatan Emosi	Kemudahan
Anti-image Covariance	Kepuasan	0,300	-0,067	-0,048
	Kepercayaan	-0,067	0,031	0,016
	Ikatan Emosi	-0,048	0,016	0,782
	Kemudahan	-0,034	-0,004	0,004
	Kenyamanan	-0,062	-0,001	-0,069
	Pengalaman	0,027	-0,032	-0,168
	Komitmen	-0,002	0,001	-0,001
	Kualitas Layanan	-0,004	-0,001	0,010
	Kualitas Informasi	-0,099	0,009	0,092
	Citra Merek	-0,056	0,016	-0,058
	Keamanan	0,014	-0,011	-0,008
	Efisiensi	0,006	-0,002	-0,001
	Reputasi	0,003	0,000	-0,006
	Harga	-0,003	0,004	-0,007
Anti-image Correlation	Pengembalian	0,053	-0,021	-0,019
	Biaya Peralihan	0,011	0,012	0,083
	Kualitas Tampilan	-0,037	-0,001	-0,092
	Kepuasan	,609 ^a	-0,703	-0,100
	Kepercayaan	-0,703	,778 ^a	0,104
	Ikatan Emosi	-0,100	0,104	,765 ^a
	Kemudahan	-0,072	-0,029	0,005
	Kenyamanan	-0,121	-0,004	-0,084
	Pengalaman	0,055	-0,204	-0,211
	Komitmen	-0,038	0,057	-0,015
	Kualitas Layanan	-0,057	-0,057	0,095
	Kualitas Informasi	-0,247	0,072	0,143
	Citra Merek	-0,216	0,194	-0,137
	Keamanan	0,060	-0,139	-0,021
	Efisiensi	0,079	-0,061	-0,009
	Reputasi	0,032	-0,015	-0,036
	Harga	-0,023	0,093	-0,036
	Pengembalian	0,624	-0,797	-0,141
	Biaya Peralihan	0,030	0,105	0,141
	Kualitas Tampilan	-0,098	-0,010	-0,153
				0,001

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Anti-image Matrices

	Kenyamanan	Pengalaman	Komitmen	Kualitas Layanan
Anti-image Covariance	Kepuasan	-0,062	0,027	-0,002
	Kepercayaan	-0,001	-0,032	0,001
	Ikatan Emosi	-0,069	-0,168	-0,001
	Kemudahan	-0,041	-0,010	-0,008
	Kenyamanan	0,869	0,006	-0,007
	Pengalaman	0,006	0,808	-0,010
	Komitmen	-0,007	-0,010	0,010
	Kualitas Layanan	-0,003	-0,006	0,008
	Kualitas Informasi	0,120	0,028	-0,001
	Citra Merek	0,050	-0,011	-0,005
	Keamanan	-0,014	-0,032	-0,002
	Efisiensi	0,005	0,015	-0,014
	Reputasi	0,017	0,018	-0,016
	Harga	-0,005	0,008	-0,015
Anti-image Correlation	Pengembalian	0,004	0,031	-0,006
	Biaya Peralihan	-0,036	-0,046	0,006
	Kualitas Tampilan	0,044	-0,010	-0,010
	Kepuasan	-0,121	0,055	-0,038
	Kepercayaan	-0,004	-0,204	0,057
	Ikatan Emosi	-0,084	-0,211	-0,015
	Kemudahan	-0,051	-0,013	-0,094
	Kenyamanan	,536 ^a	0,007	-0,078
	Pengalaman	0,007	,686 ^a	-0,119
	Komitmen	-0,078	-0,119	,650 ^a
	Kualitas Layanan	-0,029	-0,055	0,675
	Kualitas Informasi	0,177	0,043	-0,009
	Citra Merek	0,112	-0,025	-0,109
	Keamanan	-0,035	-0,081	-0,042
	Efisiensi	0,039	0,118	-0,963
	Reputasi	0,101	0,111	-0,927
	Harga	-0,021	0,036	-0,628
	Pengembalian	0,028	0,221	-0,395
	Biaya Peralihan	-0,059	-0,076	0,086
	Kualitas Tampilan	0,069	-0,017	-0,145

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Anti-image Matrices					
	Kualitas Informasi	Citra Merek	Keamanan	Efisiensi	Reputasi
Anti-image Covariance	Kepuasan	-0,099	-0,056	0,014	0,006
	Kepercayaan	0,009	0,016	-0,011	-0,002
	Ikatan Emosi	0,092	-0,058	-0,008	-0,001
	Kemudahan	-0,112	0,060	-0,082	0,014
	Kenyamanan	0,120	0,050	-0,014	0,017
	Pengalaman	0,028	-0,011	-0,032	0,015
	Komitmen	-0,001	-0,005	-0,002	-0,014
	Kualitas Layanan	0,012	-0,008	-0,011	-0,016
	Kualitas Informasi	0,532	-0,128	0,031	0,000
	Citra Merek	-0,128	0,227	-0,068	0,000
	Keamanan	0,031	-0,068	0,192	0,000
	Efisiensi	0,000	0,000	0,000	0,022
	Reputasi	-0,004	0,011	-0,003	0,022
	Harga	-0,020	0,011	0,012	0,019
	Pengembalian	-0,017	-0,004	0,016	0,008
Anti-image Correlation	Biaya Peralihan	0,003	-0,011	-0,048	-0,009
	Kualitas Tampilan	0,002	-0,006	0,016	0,015
	Kepuasan	-0,247	-0,216	0,060	0,079
	Kepercayaan	0,072	0,194	-0,139	-0,061
	Ikatan Emosi	0,143	-0,137	-0,021	-0,009
	Kemudahan	-0,178	0,147	-0,217	0,117
	Kenyamanan	0,177	0,112	-0,035	0,039
	Pengalaman	0,043	-0,025	-0,081	0,118
	Komitmen	-0,009	-0,109	-0,042	-0,963
	Kualitas Layanan	0,136	-0,146	-0,215	-0,638
	Kualitas Informasi	,839 ^a	-0,367	0,098	-0,002
	Citra Merek	-0,367	,909 ^a	-0,326	0,004
	Keamanan	0,098	-0,326	,937 ^a	-0,005
	Efisiensi	-0,002	0,004	-0,005	,635 ^a
	Reputasi	-0,030	0,134	-0,035	0,874
	Harga	-0,115	0,095	0,117	0,570
	Pengembalian	-0,154	-0,061	0,233	0,378
	Biaya Peralihan	0,006	-0,034	-0,166	-0,093
	Kualitas Tampilan	0,003	-0,018	0,052	0,150

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Anti-image Matrices				
	Harga	Pengembalian	Biaya Peralihan	Kualitas Tampilan
Anti-image Covariance	Kepuasan	-0,003	0,053	0,011
	Kepercayaan	0,004	-0,021	0,012
	Ikatan Emosi	-0,007	-0,019	0,083
	Kemudahan	-0,007	0,007	-0,022
	Kenyamanan	-0,005	0,004	-0,036
	Pengalaman	0,008	0,031	-0,046
	Komitmen	-0,015	-0,006	0,006
	Kualitas Layanan	-0,025	-0,009	0,007
	Kualitas Informasi	-0,020	-0,017	0,003
	Citra Merek	0,011	-0,004	-0,011
	Keamanan	0,012	0,016	-0,048
	Efisiensi	0,019	0,008	-0,009
	Reputasi	0,029	0,011	-0,009
	Harga	0,057	0,014	0,002
Anti-image Correlation	Pengembalian	0,014	0,024	-0,020
	Biaya Peralihan	0,002	-0,020	0,445
	Kualitas Tampilan	0,014	0,002	-0,276
	Kepuasan	-0,023	0,624	0,030
	Kepercayaan	0,093	-0,797	0,105
	Ikatan Emosi	-0,036	-0,141	0,141
	Kemudahan	-0,035	0,055	-0,038
	Kenyamanan	-0,021	0,028	-0,059
	Pengalaman	0,036	0,221	-0,076
	Komitmen	-0,628	-0,395	0,086
	Kualitas Layanan	-0,901	-0,505	0,094
	Kualitas Informasi	-0,115	-0,154	0,006
	Citra Merek	0,095	-0,061	-0,034
	Keamanan	0,117	0,233	-0,166
	Efisiensi	0,570	0,378	-0,093
	Reputasi	0,693	0,393	-0,075
	Harga	,681 ^a	0,381	0,014
	Pengembalian	0,381	,674 ^a	-0,195
	Biaya Peralihan	0,014	-0,195	,709 ^a
	Kualitas Tampilan	0,087	0,020	-0,605
				,714 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Communalities

	Initial	Extraction
Kepuasan	1,000	,683
Kepercayaan	1,000	,848
Ikatan Emosi	1,000	,621
Kemudahan	1,000	,538
Kenyamanan	1,000	,748
Pengalaman	1,000	,535
Komitmen	1,000	,915
Kualitas Layanan	1,000	,943
Kualitas Informasi	1,000	,709
Citra Merek	1,000	,797
Keamanan	1,000	,797
Efisiensi	1,000	,829
Reputasi	1,000	,787
Harga	1,000	,791
Pengembalian	1,000	,870
Biaya Peralihan	1,000	,766
Kualitas Tampilan	1,000	,807

Extraction Method: Principal Component Analysis.

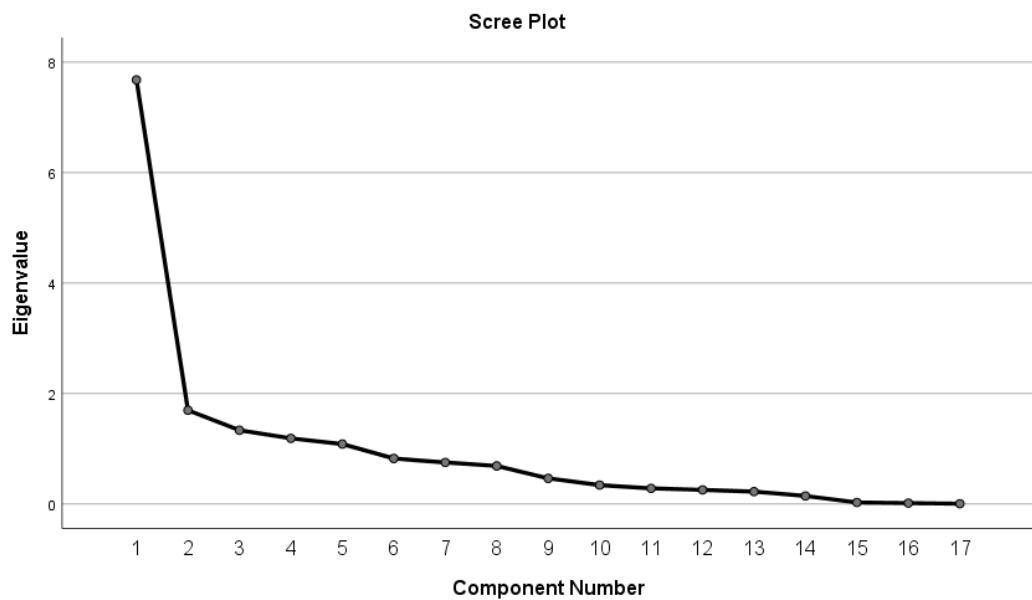
Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7,679	45,172	45,172	7,679	45,172	45,172	6,401	37,651	37,651
2	1,697	9,981	55,153	1,697	9,981	55,153	2,128	12,518	50,168
3	1,335	7,852	63,005	1,335	7,852	63,005	1,892	11,129	61,298
4	1,188	6,987	69,992	1,188	6,987	69,992	1,439	8,464	69,762
5	1,084	6,376	76,368	1,084	6,376	76,368	1,123	6,606	76,368
6	,823	4,840	81,208						
7	,752	4,424	85,632						
8	,688	4,049	89,681						
9	,463	2,725	92,406						
10	,340	2,002	94,408						
11	,282	1,658	96,067						
12	,254	1,495	97,562						
13	,224	1,317	98,878						
14	,145	,853	99,731						
15	,026	,151	99,882						
16	,016	,093	99,976						
17	,004	,024	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor



Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Kepuasan	,497	-,209	,313	,527	,131
Kepercayaan	,816	,308	-,128	,069	,256
Ikatan Emosi	,294	-,136	,537	-,410	-,244
Kemudahan	,390	-,182	,223	,511	,206
Kenyamanan	,082	-,209	,384	-,218	,709
Pengalaman	,242	-,103	,668	-,064	-,122
Komitmen	,894	-,193	-,086	-,233	-,127
Kualitas Layanan	,934	,058	-,182	-,037	,179
Kualitas Informasi	,532	-,123	-,042	,517	-,376
Citra Merek	,823	-,171	,036	,009	-,297
Keamanan	,880	-,132	,025	-,055	-,016
Efisiensi	,833	-,192	-,068	-,262	-,157
Reputasi	,850	-,131	-,164	-,145	-,006
Harga	,851	-,171	-,114	,008	,155
Pengembalian	,795	,380	-,223	-,051	,203
Biaya Peralihan	,373	,761	,202	-,022	-,082
Kualitas Tampilan	,377	,737	,329	,077	-,088

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Kepuasan	,240	,055	,777	,134	,041
Kepercayaan	,708	,489	,247	-,174	,129
Ikatan Emosi	,218	,054	-,081	,748	,062
Kemudahan	,175	,030	,706	,016	,090
Kenyamanan	,062	-,079	,148	,170	,829
Pengalaman	,034	,126	,248	,668	,101
Komitmen	,918	,030	,087	,241	-,081
Kualitas Layanan	,898	,268	,225	-,076	,090
Kualitas Informasi	,361	,048	,551	,035	-,521
Citra Merek	,742	,072	,271	,303	-,275
Keamanan	,815	,122	,272	,208	-,008
Efisiensi	,864	,015	,043	,268	-,093
Reputasi	,872	,063	,126	,079	-,024
Harga	,827	,051	,309	,011	,090
Pengembalian	,738	,518	,082	-,205	,088
Biaya Peralihan	,148	,855	-,032	,090	-,068
Kualitas Tampilan	,088	,871	,099	,164	-,067

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	,894	,276	,319	,150	-,030
2	-,164	,928	-,242	-,222	-,063
3	-,319	,242	,331	,805	,287
4	-,269	,064	,836	-,357	-,313
5	,026	,019	,178	-,390	,903

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Lampiran 4 Hasil Analisis Faktor

Component Plot in Rotated Space

