

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

No. _____



KUESIONER

PENGARUH COUPON SALES PROMOTION, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN PERCEIVED ENJOYMENT TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA E-COMMERCE PADA PRODUK ALAT KESEHATAN PADA PT. MULTI MAKMUR SIDOARJO

Kepada Yth.

Saudara/i Konsumen PT. Multi Makmur Sidoarjo

Di tempat

Pertama-tama saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas kesediaannya membantu saya untuk memberi pilihan jawaban pada pernyataan kuesioner yang diajukan. Saya sangat menjamin kerahasiaannya dan tidak perlu ragu untuk menjawabnya, karena hal ini dibutuhkan hanya untuk keperluan ilmiah semata dan tidak mempunyai efek lain terhadap eksistensinya. Untuk itu kami mohon untuk memberikan pilihan jawaban yang sejujur-jujurnya sehingga penelitian ini dapat bermanfaat sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini.

Atas bantuan Saudara/i kami ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN :

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
- 3) Umur : a. 17-21 tahun b. 22-26 tahun
c. 27-31 tahun d. >31 tahun
- 4) Pendidikan Terakhir : a. SMP/SMA b. Diploma
c. S1 d. S2
- 5) Instansi : a. Rumah Sakit
b. Swasta c. Pedagang

PETUNJUK UMUM PENGISIAN KUESIONER

Adapun petunjuk pengisiannya adalah sebagai berikut:

1. Bapak/ibu diharapkan mengisi seluruh pertanyaan sesuai dengan petunjuk pengisian
2. Tidak ada jawaban benar atau salah, oleh karena itu dimohon untuk mengisi jawaban sesuai dengan kondisi sebenarnya. Seluruh jawaban akan kami perlakukan dengan sangat rahasia.
3. Pertanyaan kami mempergunakan skala 1 sampai dengan 5 yang berarti :
Angka 1 = sangat tidak setuju (STS) Angka 2 = tidak setuju (TS) Angka 3 = ragu-ragu (R) Angka 4 = setuju (S) Angka 5 = sangat setuju. (SS)

Variabel *Coupon Sales Promotion*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Voucher ongkos kirim dengan subsidi maksimal Rp.20.000 membuat saya tertarik melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
2.	Syarat dan ketentuan minimal belanja yang diberikan oleh PT. Multi Makmur Sidoarjo membuat saya tertarik melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan					
3.	Saya mengikuti perubahan tema promosi <i>e-commerce</i> Produk Alat Kesehatan yang berbeda dalam setiap bulannya.					
4.	Instagram merupakan media promosi yang cocok bagi <i>e-commerce</i> Produk Alat Kesehatan untuk menyampaikan informasi kupon kepada saya.					
5.	Jangka waktu penukaran kupon selama satu bulan membuat saya senang berbelanja di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					

Variabel Online Customer Review

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Saya percaya terhadap review dari konsumen lain sehingga membuat saya tertarik melakukan pembelian di e-commerce Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
2.	Review yang berisi pengalaman berbelanja konsumen lain di Pada Produk Alat Kesehatan mendorong saya untuk melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
3.	Review yang dibuat oleh konsumen lain relevan dengan produk di <i>e-commerce</i> Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
4.	Review yang dibuat oleh konsumen lain sesuai dengan keadaan terkini sehingga saya tertarik untuk melakukan pembelian di e-commerce Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
5.	Saya merasa review yang dibuat oleh konsumen lain benar apa adanya sesuai dengan produk di <i>e-commerce</i> Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
6.	Review yang dibuat oleh konsumen lain melengkapi kebutuhan saya sehingga membuat saya tertarik melakukan pembelian di e-commerce Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
7.	Review yang bersifat pujian akan mempengaruhi minat pembelian saya di e-commerce Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
8.	Skor rekomendasi yang diberikan oleh konsumen lain akan mempengaruhi minat					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
	pembelian saya di e-commerce Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
9.	Jumlah review yang banyak akan mendorong saya untuk melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> Pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					

Variabel *Perceived Enjoyment*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Saya merasa memiliki pengalaman yang menyenangkan ketika berbelanja di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo.					
2.	Saya merasa lebih nyaman ketika berbelanja di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo dibandingkan dengan belanja <i>offline</i> , karena tidak terganggu oleh aktifitas orang lain.					
3.	Saya merasa suka berbelanja di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo karena tampilan yang diberikan menarik.					

Repurchase Intention (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Saya ingin membeli ulang produk yang pernah saya beli di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
2.	Jika produk yang saya miliki sebelumnya sudah habis saya akan membeli ulang produk tersebut di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
	Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					
3.	Terdapat faktor kebutuhan yang mengharuskan saya untuk melakukan pembelian ulang di <i>e-commerce</i> pada Produk Alat Kesehatan pada PT. Multi Makmur Sidoarjo					

**** TERIMA KASIH ****

Lampiran 2 Data Penelitian

No.	Identitas Responden				Coupon Sales Promotion (X1)					Tot _X1	Mean _X1
	JK	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5		
1	2	1	2	2	4	4	4	4	4	20	4,00
2	2	2	4	2	4	4	5	4	4	21	4,20
3	2	2	2	4	4	4	4	3	4	19	3,80
4	1	3	2	4	4	4	4	3	4	19	3,80
5	1	3	2	2	4	4	4	3	3	18	3,60
6	2	1	3	4	4	4	3	3	3	17	3,40
7	1	2	3	3	4	4	4	3	3	18	3,60
8	2	3	1	2	4	4	4	3	3	18	3,60
9	2	1	1	4	4	4	4	4	4	20	4,00
10	1	1	2	2	4	3	4	3	3	17	3,40
11	1	2	2	2	4	4	4	4	4	20	4,00
12	1	3	4	4	4	4	3	4	4	19	3,80
13	2	1	1	3	4	4	4	3	3	18	3,60
14	2	2	2	2	4	3	4	3	3	17	3,40
15	2	3	2	2	4	4	3	3	4	18	3,60
16	2	2	2	3	4	3	3	3	3	16	3,20
17	2	3	2	4	4	4	4	3	3	18	3,60
18	2	3	4	4	4	3	4	4	4	19	3,80
19	1	1	4	5	4	4	4	4	4	20	4,00
20	1	2	4	5	4	3	4	4	4	19	3,80
21	1	2	4	4	4	3	3	4	4	18	3,60
22	2	2	4	4	4	4	4	4	4	20	4,00
23	2	3	4	4	4	4	3	4	4	19	3,80
24	1	3	3	4	4	3	4	4	3	18	3,60
25	2	1	3	4	2	2	2	2	2	10	2,00
26	2	4	2	3	4	4	3	3	4	18	3,60
27	1	4	2	4	4	4	3	3	4	18	3,60
28	1	2	2	4	3	3	3	3	3	15	3,00
29	1	4	2	3	4	4	4	4	4	20	4,00
30	2	1	2	2	4	3	3	4	4	18	3,60
31	1	4	2	2	3	4	3	4	3	17	3,40
32	2	4	3	1	4	4	2	3	3	16	3,20
33	2	1	3	3	4	3	3	4	3	17	3,40
34	1	1	1	2	3	3	3	3	2	14	2,80
35	1	4	1	4	4	4	3	3	3	17	3,40
36	2	3	3	4	4	3	3	3	3	16	3,20
37	1	4	3	4	4	4	3	3	4	18	3,60
38	1	2	2	3	4	3	4	2	4	17	3,40

No.	Identitas Responden				Coupon Sales Promotion (X1)					Tot _X1	Mean _X1
	JK	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5		
39	1	3	2	3	4	4	4	4	4	20	4,00
40	1	3	2	2	4	4	4	3	3	18	3,60
41	2	4	2	2	3	2	3	3	3	14	2,80
42	1	4	4	4	4	3	4	3	4	18	3,60
43	2	2	2	3	3	3	3	3	2	14	2,80
44	2	3	2	2	4	3	3	4	3	17	3,40
45	2	3	2	2	4	3	5	3	4	19	3,80
46	1	2	3	1	4	4	4	3	3	18	3,60
47	1	2	3	3	3	4	4	4	3	18	3,60
48	1	3	3	4	4	3	3	4	3	17	3,40
49	2	2	3	4	3	3	4	3	3	16	3,20
50	2	2	2	3	4	4	3	3	3	17	3,40
51	2	3	2	3	4	3	3	4	4	18	3,60
52	1	3	2	2	4	4	4	4	4	20	4,00
53	1	2	2	2	3	3	4	4	4	18	3,60
54	1	3	2	2	3	4	4	3	3	17	3,40
55	2	4	3	1	3	4	3	4	3	17	3,40
56	2	2	3	3	3	3	4	4	4	18	3,60
57	1	3	1	2	3	2	2	2	3	12	2,40
58	2	3	1	4	4	4	4	4	4	20	4,00
59	1	2	2	2	2	3	3	2	3	13	2,60
60	1	2	3	4	3	3	4	3	3	16	3,20
61	2	3	3	4	2	1	1	1	1	6	1,20
62	2	3	2	3	3	4	4	3	3	17	3,40
63	1	3	2	3	3	4	3	4	3	17	3,40
64	1	3	2	2	4	3	4	4	3	18	3,60
65	2	1	2	2	3	3	3	3	3	15	3,00
66	2	4	4	2	4	3	3	4	4	18	3,60
67	1	4	2	3	4	3	3	3	4	17	3,40
68	1	1	2	2	4	3	4	3	3	17	3,40
69	1	2	2	2	4	4	4	4	4	20	4,00
70	1	3	4	4	4	4	3	4	4	19	3,80
71	2	1	1	3	4	4	4	3	3	18	3,60
72	2	2	2	2	4	3	4	3	3	17	3,40
73	2	3	2	2	4	3	3	4	4	18	3,60
74	2	2	2	3	4	3	3	3	3	16	3,20
75	2	3	2	4	4	4	4	3	3	18	3,60
76	2	3	4	4	4	3	3	4	4	18	3,60
77	1	1	4	5	4	4	4	4	4	20	4,00

No.	Identitas Responden				Coupon Sales Promotion (X1)					Tot _X1	Mean _X1
	JK	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5		
78	1	2	4	5	4	3	4	4	4	19	3,80
79	2	3	2	2	4	3	5	3	4	19	3,80
80	1	2	3	1	4	4	4	3	3	18	3,60
81	1	2	3	3	3	4	4	4	3	18	3,60
82	1	3	3	4	4	3	3	4	3	17	3,40
83	2	2	3	4	3	3	4	3	3	16	3,20
84	2	2	2	3	4	4	3	3	3	17	3,40
85	2	3	2	3	4	3	3	4	4	18	3,60
86	1	3	2	2	4	4	4	4	4	20	4,00
87	1	2	2	2	3	3	4	4	4	18	3,60
88	1	3	2	2	3	4	4	3	3	17	3,40
89	2	4	3	1	3	4	3	4	3	17	3,40
90	2	2	3	3	3	3	4	4	4	18	3,60
91	1	3	1	2	3	2	2	2	3	12	2,40
92	2	3	1	4	4	4	4	4	4	20	4,00
93	1	2	2	2	2	3	3	2	3	13	2,60
94	1	2	3	4	3	3	4	3	3	16	3,20
95	2	3	3	4	2	1	1	1	1	6	1,20
96	2	3	2	3	3	4	4	3	3	17	3,40
97	2	1	2	2	4	4	3	3	4	18	3,60
98	1	4	2	2	3	4	3	4	3	17	3,40
99	2	4	3	1	4	4	2	3	3	16	3,20
100	2	1	3	3	4	3	3	4	3	17	3,40
101	1	1	1	2	3	3	3	3	3	15	3,00
102	1	4	1	4	4	4	3	3	3	17	3,40
103	2	3	3	4	2	3	3	3	4	15	3,00
104	1	4	3	4	4	4	3	3	4	18	3,60
105	1	2	2	3	4	3	4	2	4	17	3,40
106	1	3	2	3	4	4	4	3	3	18	3,60
107	1	3	2	2	4	4	4	3	3	18	3,60
108	2	4	2	2	3	3	3	3	3	15	3,00

No.	Online Customer Review (X2)									Tot_X2	mean_X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9		
1	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33	3,67
2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	38	4,22
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	39	4,33
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3,89
6	4	4	4	5	4	3	4	3	4	35	3,89
7	4	5	4	4	4	4	4	5	4	38	4,22
8	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4,11
9	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4,11
10	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	3,78
11	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4,11
12	3	4	4	5	4	4	5	3	4	36	4,00
13	4	4	4	4	3	3	2	3	4	31	3,44
14	3	4	3	3	4	3	4	3	3	30	3,33
15	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30	3,33
16	3	4	4	4	2	2	4	4	3	30	3,33
17	3	4	4	4	4	4	5	5	4	37	4,11
18	3	4	4	4	4	3	4	5	3	34	3,78
19	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39	4,33
20	3	4	4	4	4	3	5	4	3	34	3,78
21	3	3	3	4	4	3	4	4	4	32	3,56
22	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	3,78
23	3	3	4	4	5	4	4	4	4	35	3,89
24	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33	3,67
25	1	1	1	1	3	3	3	2	3	18	2,00
26	2	2	2	4	5	4	4	4	4	31	3,44
27	4	5	2	2	4	4	4	4	4	33	3,67
28	3	3	4	3	3	3	4	4	3	30	3,33
29	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	3,89
30	4	5	4	2	3	3	4	4	3	32	3,56
31	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32	3,56
32	3	4	2	2	5	4	4	4	3	31	3,44
33	4	4	4	2	3	3	4	4	3	31	3,44
34	3	4	2	2	3	3	4	3	3	27	3,00
35	3	4	4	4	4	4	3	3	4	33	3,67
36	3	3	4	4	2	2	3	3	3	27	3,00
37	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4,22
38	4	4	5	2	3	3	4	3	4	32	3,56
39	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	3,78
40	4	5	4	4	3	4	2	3	3	32	3,56
41	4	4	2	2	2	2	4	2	3	25	2,78
42	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34	3,78
43	4	2	2	2	3	4	3	3	3	26	2,89

No.	Online Customer Review (X2)									Tot_X2	mean_X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9		
44	4	4	4	2	2	2	4	3	4	29	3,22
45	4	5	2	2	5	5	4	4	4	35	3,89
46	4	4	4	5	2	2	4	4	4	33	3,67
47	4	5	2	2	3	3	2	4	3	28	3,11
48	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33	3,67
49	2	3	3	4	3	3	4	4	3	29	3,22
50	3	4	3	3	4	4	4	4	3	32	3,56
51	3	2	2	5	5	4	4	4	4	33	3,67
52	3	2	3	4	5	4	4	5	3	33	3,67
53	2	3	3	3	3	3	4	4	3	28	3,11
54	3	4	4	3	4	3	3	4	3	31	3,44
55	3	5	4	2	3	3	4	4	4	32	3,56
56	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36	4,00
57	4	2	2	2	3	3	3	3	3	25	2,78
58	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	3,89
59	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21	2,33
60	3	3	4	4	3	3	3	3	3	29	3,22
61	2	1	1	1	2	1	2	2	2	14	1,56
62	3	3	4	4	3	4	3	4	4	32	3,56
63	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29	3,22
64	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33	3,67
65	2	2	2	2	4	4	4	3	3	26	2,89
66	2	2	2	4	5	4	4	4	4	31	3,44
67	4	5	2	2	4	4	4	3	4	32	3,56
68	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34	3,78
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4,11
70	3	4	4	5	4	4	5	3	4	36	4,00
71	4	4	4	4	3	3	2	3	4	31	3,44
72	3	4	3	3	4	3	4	3	3	30	3,33
73	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30	3,33
74	3	4	4	4	2	2	4	4	3	30	3,33
75	3	4	4	4	4	4	5	5	4	37	4,11
76	3	4	4	4	4	3	4	5	3	34	3,78
77	4	4	5	4	5	4	4	5	4	39	4,33
78	3	4	4	4	4	3	5	4	3	34	3,78
79	4	5	2	2	5	5	4	4	4	35	3,89
80	4	4	4	5	2	2	4	4	4	33	3,67
81	4	5	2	2	3	3	2	4	3	28	3,11
82	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33	3,67
83	2	3	3	4	3	3	4	4	3	29	3,22
84	3	4	3	3	4	4	4	4	3	32	3,56
85	3	2	2	5	5	4	4	4	4	33	3,67
86	3	2	3	4	5	4	4	5	3	33	3,67

No.	Online Customer Review (X2)									Tot_X2	mean_X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9		
87	2	3	3	3	3	3	4	4	3	28	3,11
88	3	4	4	3	4	3	3	4	3	31	3,44
89	3	5	4	2	3	3	4	4	4	32	3,56
90	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36	4,00
91	4	2	2	2	3	3	3	3	3	25	2,78
92	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	3,89
93	2	2	2	2	2	2	3	3	3	21	2,33
94	3	3	4	4	3	3	3	3	3	29	3,22
95	2	1	1	1	2	1	2	2	2	14	1,56
96	3	3	4	4	3	4	3	4	4	32	3,56
97	4	5	4	2	3	3	4	4	3	32	3,56
98	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32	3,56
99	3	4	2	2	5	4	4	4	3	31	3,44
100	4	4	4	2	3	3	4	4	3	31	3,44
101	3	4	2	2	3	3	4	3	3	27	3,00
102	3	4	4	4	4	4	3	3	4	33	3,67
103	3	3	4	4	2	2	3	3	3	27	3,00
104	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4,22
105	4	4	5	2	3	3	4	3	4	32	3,56
106	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34	3,78
107	4	5	4	4	3	4	2	3	3	32	3,56
108	4	4	2	2	2	2	4	2	3	25	2,78

No.	Perceived Enjoyment (X3)			Tot_X 3	mean_X 3	Repurchase Intention (Y)			Tot_Y	mean_Y
	X3. 1	X3. 2	X3. 3			Y.1	Y.2	Y.3		
	1	4	5			4	13	4,33		
2	4	4	4	12	4,00	5	5	5	15	5,00
3	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
4	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
5	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
6	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
7	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67
8	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
9	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
10	4	3	4	11	3,67	5	4	4	13	4,33
11	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
12	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
13	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
14	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
15	4	4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67
16	4	3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67
17	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67
18	4	3	3	10	3,33	5	4	5	14	4,67
19	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67
20	4	5	4	13	4,33	5	4	5	14	4,67
21	4	3	3	10	3,33	3	4	4	11	3,67
22	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
23	4	4	3	11	3,67	5	3	4	12	4,00
24	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
25	2	2	2	6	2,00	2	2	2	6	2,00
26	3	4	4	11	3,67	3	3	5	11	3,67
27	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
28	3	3	3	9	3,00	4	4	4	12	4,00
29	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
30	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67
31	3	4	3	10	3,33	5	3	4	12	4,00
32	4	4	2	10	3,33	4	4	3	11	3,67
33	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00
34	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00
35	4	4	3	11	3,67	4	4	5	13	4,33
36	4	3	2	9	3,00	3	4	3	10	3,33
37	4	4	2	10	3,33	5	4	4	13	4,33
38	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00

No.	Perceived Enjoyment (X3)			Tot_X 3	mean_X 3	Repurchase Intention (Y)			Tot_Y	mean_Y
	X3. 1	X3. 2	X3. 3			Y.1	Y.2	Y.3		
	39	4	4			4	12	4,00		
40	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
41	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00
42	4	3	4	11	3,67	4	4	5	13	4,33
43	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00
44	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
45	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
46	4	3	2	9	3,00	4	4	3	11	3,67
47	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
48	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
49	3	3	4	10	3,33	2	4	4	10	3,33
50	4	4	3	11	3,67	4	5	4	13	4,33
51	4	3	3	10	3,33	5	4	3	12	4,00
52	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67
53	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00
54	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
55	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
56	3	3	4	10	3,33	5	4	4	13	4,33
57	3	2	2	7	2,33	3	3	3	9	3,00
58	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
59	2	2	2	6	2,00	2	3	3	8	2,67
60	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67
61	1	2	1	4	1,33	1	2	1	4	1,33
62	3	4	4	11	3,67	5	4	4	13	4,33
63	3	4	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00
64	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
65	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00
66	4	3	4	11	3,67	3	3	5	11	3,67
67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
68	4	3	4	11	3,67	5	4	4	13	4,33
69	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
70	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
71	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
72	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
73	4	4	3	11	3,67	4	3	4	11	3,67
74	4	3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67
75	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67
76	4	3	3	10	3,33	5	4	5	14	4,67

No.	Perceived Enjoyment (X3)			Tot_X 3	mean_X 3	Repurchase Intention (Y)			Tot_ Y	mean_ Y
	X3. 1	X3. 2	X3. 3			Y.1	Y.2	Y.3		
	77	4	4			4	12	4,00		
78	4	3	4	11	3,67	5	4	5	14	4,67
79	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
80	4	3	2	9	3,00	4	4	3	11	3,67
81	3	4	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
82	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
83	3	3	4	10	3,33	2	4	4	10	3,33
84	4	4	3	11	3,67	4	5	4	13	4,33
85	4	3	3	10	3,33	5	4	3	12	4,00
86	4	4	4	12	4,00	4	5	5	14	4,67
87	3	3	4	10	3,33	4	4	4	12	4,00
88	3	4	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
89	3	4	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
90	3	3	4	10	3,33	5	4	4	13	4,33
91	3	2	2	7	2,33	3	3	3	9	3,00
92	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
93	2	2	2	6	2,00	2	3	3	8	2,67
94	3	3	4	10	3,33	3	4	4	11	3,67
95	2	1	1	4	1,33	1	2	1	4	1,33
96	3	4	4	11	3,67	5	4	4	13	4,33
97	4	3	4	11	3,67	3	4	4	11	3,67
98	3	3	3	9	3,00	5	3	4	12	4,00
99	4	4	2	10	3,33	4	4	3	11	3,67
100	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00
101	3	3	3	9	3,00	3	3	3	9	3,00
102	4	4	3	11	3,67	4	4	5	13	4,33
103	4	3	2	9	3,00	3	4	3	10	3,33
104	4	4	2	10	3,33	5	4	4	13	4,33
105	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
106	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
107	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
108	3	3	2	8	2,67	3	3	3	9	3,00

Lampiran 3 Statistik Deskriptif

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	54	50.0	50.0	50.0
Perempuan	54	50.0	50.0	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-21 tahun	17	15.7	15.7	15.7
22-26 tahun	33	30.6	30.6	46.3
27-31 tahun	40	37.0	37.0	83.3
>31 tahun	18	16.7	16.7	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP/SMA	12	11.1	11.1	11.1
Diploma	54	50.0	50.0	61.1
S1	28	25.9	25.9	87.0
S2	14	13.0	13.0	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	6	5.6	5.6	5.6
Pegawai Negeri	38	35.2	35.2	40.7
Wiraswasta	26	24.1	24.1	64.8
Pegawai Swasta	34	31.5	31.5	96.3
Tidak Bekerja	4	3.7	3.7	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	108	108	108	108	108
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.6296	3.4352	3.4630	3.3148	3.3611
Std. Deviation		.58951	.65955	.71598	.67876	.63332
Minimum		2.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum		4.00	4.00	5.00	4.00	4.00

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.6	5.6	5.6
	Ragu-ragu	28	25.9	25.9	31.5
	Setuju	74	68.5	68.5	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	4	3.7	3.7	5.6
	Ragu-ragu	47	43.5	43.5	49.1
	Setuju	55	50.9	50.9	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	5	4.6	4.6	6.5
	Ragu-ragu	45	41.7	41.7	48.1
	Setuju	53	49.1	49.1	97.2
	Sangat Setuju	3	2.8	2.8	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	7	6.5	6.5	8.3
	Ragu-ragu	54	50.0	50.0	58.3
	Setuju	45	41.7	41.7	100.0

Total	108	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
Tidak Setuju	3	2.8	2.8	4.6
Ragu-ragu	57	52.8	52.8	57.4
Setuju	46	42.6	42.6	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Statistics

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9
N Valid	108	108	108	108	108	108	108	108	108
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.2778	3.6389	3.4167	3.3889	3.6389	3.3981	3.7222	3.7130	3.4630
Std. Deviation	.68130	.94184	.96794	1.03068	.91159	.79649	.69489	.71107	.53697
Minimum	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00
Maximum	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
Tidak Setuju	11	10.2	10.2	11.1
Ragu-ragu	53	49.1	49.1	60.2
Setuju	43	39.8	39.8	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	2.8	2.8	2.8
Tidak Setuju	12	11.1	11.1	13.9
Ragu-ragu	20	18.5	18.5	32.4
Setuju	59	54.6	54.6	87.0
Sangat Setuju	14	13.0	13.0	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.8	2.8	2.8
	Tidak Setuju	22	20.4	20.4	23.1
	Ragu-ragu	16	14.8	14.8	38.0
	Setuju	61	56.5	56.5	94.4
	Sangat Setuju	6	5.6	5.6	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.8	2.8	2.8
	Tidak Setuju	27	25.0	25.0	27.8
	Ragu-ragu	11	10.2	10.2	38.0
	Setuju	59	54.6	54.6	92.6
	Sangat Setuju	8	7.4	7.4	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	12.0	12.0	12.0
	Ragu-ragu	32	29.6	29.6	41.7
	Setuju	44	40.7	40.7	82.4
	Sangat Setuju	19	17.6	17.6	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	11	10.2	10.2	12.0
	Ragu-ragu	41	38.0	38.0	50.0
	Setuju	50	46.3	46.3	96.3
	Sangat Setuju	4	3.7	3.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	8	7.4	7.4	7.4
Ragu-ragu	21	19.4	19.4	26.9
Setuju	72	66.7	66.7	93.5
Sangat Setuju	7	6.5	6.5	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	4.6	4.6	4.6
Ragu-ragu	32	29.6	29.6	34.3
Setuju	60	55.6	55.6	89.8
Sangat Setuju	11	10.2	10.2	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X2.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
Ragu-ragu	54	50.0	50.0	51.9
Setuju	52	48.1	48.1	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Statistics

	X3.1	X3.2	X3.3
N Valid	108	108	108
Missing	0	0	0
Mean	3.6296	3.4074	3.3981
Std. Deviation	.60516	.67029	.78466
Minimum	1.00	1.00	1.00
Maximum	4.00	5.00	4.00

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
Tidak Setuju	4	3.7	3.7	4.6
Ragu-ragu	29	26.9	26.9	31.5
Setuju	74	68.5	68.5	100.0

Total	108	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	.9	.9	.9
Tidak Setuju	6	5.6	5.6	6.5
Ragu-ragu	51	47.2	47.2	53.7
Setuju	48	44.4	44.4	98.1
Sangat Setuju	2	1.9	1.9	100.0
Total	108	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
Tidak Setuju	14	13.0	13.0	14.8
Ragu-ragu	31	28.7	28.7	43.5
Setuju	61	56.5	56.5	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Statistics

	Y.1	Y.2	Y.3
N Valid	108	108	108
Missing	0	0	0
Mean	4.0185	3.8704	3.7685
Std. Deviation	.91694	.61283	.75636
Minimum	1.00	2.00	1.00
Maximum	5.00	5.00	5.00

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
Tidak Setuju	5	4.6	4.6	6.5
Ragu-ragu	17	15.7	15.7	22.2
Setuju	49	45.4	45.4	67.6
Sangat Setuju	35	32.4	32.4	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.8	2.8	2.8
	Ragu-ragu	19	17.6	17.6	20.4
	Setuju	75	69.4	69.4	89.8
	Sangat Setuju	11	10.2	10.2	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.9	1.9	1.9
	Tidak Setuju	1	.9	.9	2.8
	Ragu-ragu	31	28.7	28.7	31.5
	Setuju	60	55.6	55.6	87.0
	Sangat Setuju	14	13.0	13.0	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Lampiran 4 Uji Validitas

Correlations

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOT_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.466**	.366**	.411**	.512**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.2	Pearson Correlation	.466**	1	.440**	.422**	.381**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.3	Pearson Correlation	.366**	.440**	1	.370**	.452**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.4	Pearson Correlation	.411**	.422**	.370**	1	.559**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.5	Pearson Correlation	.512**	.381**	.452**	.559**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOT_X1	Pearson Correlation	.725**	.732**	.724**	.749**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

Correlations

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOT_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.595**	.390**	.084	.510**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.386	.000
	N	108	108	108	108	108
X2.2	Pearson Correlation	.595**	1	.454**	.069	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.478	.000
	N	108	108	108	108	108
X2.3	Pearson Correlation	.390**	.454**	1	.548**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108
X2.4	Pearson Correlation	.084	.069	.548**	1	.636**
	Sig. (2-tailed)	.386	.478	.000		.000
	N	108	108	108	108	108

TOT_X2	Pearson Correlation	.510**	.582**	.682**	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108

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

Correlations

Correlations

		X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOT_X2
X2.5	Pearson Correlation	1	.805**	.401**	.502**	.402**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.6	Pearson Correlation	.805**	1	.286**	.402**	.526**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.7	Pearson Correlation	.401**	.286**	1	.405**	.323**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.001	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.8	Pearson Correlation	.502**	.402**	.405**	1	.253**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.008	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.9	Pearson Correlation	.402**	.526**	.323**	.253**	1	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.008		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOT_X2	Pearson Correlation	.662**	.701**	.537**	.658**	.681**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

Correlations

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOT_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.468**	.392**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108
X3.2	Pearson Correlation	.468**	1	.471**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108
X3.3	Pearson Correlation	.392**	.471**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108
TOT_X3	Pearson Correlation	.749**	.808**	.817**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	108	108	108	108

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

Correlations

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	TOT_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.537**	.505**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108
Y.2	Pearson Correlation	.537**	1	.519**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108
Y.3	Pearson Correlation	.505**	.519**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108
TOT_Y	Pearson Correlation	.861**	.792**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108

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

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	108	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13.5741	4.172	.574	.755
X1.2	13.7685	3.993	.559	.758
X1.3	13.7407	3.895	.529	.770
X1.4	13.8889	3.894	.578	.753
X1.5	13.8426	3.910	.635	.735

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	108	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	28.3796	18.256	.387	.791
X2.2	28.0185	16.841	.420	.790
X2.3	28.2407	15.867	.541	.771
X2.4	28.2685	16.030	.470	.784
X2.5	28.0185	16.280	.525	.773
X2.6	28.2593	16.493	.595	.765
X2.7	27.9352	18.042	.415	.788
X2.8	27.9444	17.193	.556	.771
X2.9	28.1944	17.915	.610	.773

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	108	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	108	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	6.8056	1.560	.497	.635
X3.2	7.0278	1.354	.560	.550
X3.3	7.0370	1.195	.506	.635

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	108	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	7.6389	1.429	.594	.674
Y.2	7.7870	2.113	.609	.663
Y.3	7.8889	1.819	.579	.663

Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perceived Enjoyment, Online Customer Review, Coupon Sales Promotion ^b		Enter

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.858	.854	.24047

a. Predictors: (Constant), Perceived Enjoyment, Online Customer Review, Coupon Sales Promotion

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.444	3	12.148	210.078	.000 ^b
	Residual	6.014	104	.058		
	Total	42.458	107			

a. Dependent Variable: Repurchase Intention

b. Predictors: (Constant), Perceived Enjoyment, Online Customer Review, Coupon Sales Promotion

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.262	.170		-1.542	.126			
	Coupon Sales Promotion	.246	.124	.190	1.994	.049	.873	.192	.074
	Online Customer Review	.705	.100	.570	7.065	.000	.909	.569	.261

Perceived Enjoyment	.235	.098	.204	2.402	.018	.855	.229	.089
------------------------	------	------	------	-------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: Repurchase Intention