

## Lampiran 1

### KUESIONER PRA SURVEY

Perkenalkan nama saya Adinda Hulwa Fairuz Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Esa Unggul. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai **Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality* terhadap *Intention to Repurchase* melalui *Customer Satisfaction* pada E-Commerce Sociolla** dan ingin melakukan prasurvey untuk memenuhi tugas akhir. Saya memohon kesediaan anda untuk berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini, dengan tujuan sebagai data penelitian saya. Saya berharap responden dapat menjawab dengan sebaik-baiknya. Akhir kata saya ucapkan terima kasih atas partisipasi dan kerjasamanya.

1. Apakah anda tertarik berbelanja pada online shop Sociolla?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah setelah anda tertarik dengan produk kecantikan di Sociolla anda akan melakukan niat pembelian ulang kembali?
  - a. Ya
  - b. Tidak

Berikan Alasan :
3. Faktor apa yang membuat anda tertarik untuk membeli di sociolla?
  - a. Product Quality
  - b. Service Quality
  - c. Customer Satisfaction

## Lampiran 2

### KUESIONER PENELITIAN

#### **Pengaruh *Product Quality*, *Service Quality* Terhadap *Intention to Repurchase* Melalui *Customer Satisfaction* Pada E-Commerce Sociolla**

Kepada Yang Terhormat Responden

Kuesioner penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Intention to Repurchase* atau niat beli ulang konsumen pada Sociolla. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah *Product Quality*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *Intention to Repurchase* Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharapkan partisipasi dan bantuan anda untuk mengisi kuesioner ini. Data yang anda isikan akan saya jaga dan rahasiakan dan hanya saya gunakan untuk kepentingan akademis penelitian.

Atas partisipasi dan kesediaan saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Adinda Hulwa Fairuz

## LEMBAR KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya Adinda Hulwa Fairuz Mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen yang berfokus pada bidang Pemasaran. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyusun Skripsi S-1 sebagai salah satu syarat kelulusan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Penelitian ini merupakan survei mengenai **“Pengaruh Product Quality, Service Quality Terhadap Intention to Repurchase Melalui Customer Satisfaction Pada E-Commerce Sociolla”**. Demi tercapainya tujuan penelitian ini saya mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudari/I untuk meluangkan waktu sedikit guna mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

### (Identitas Responden)

1. Usia
  - a. 15-20
  - b. 20-30
  - c. 30-35
  - d. 35>
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Pekerjaan
  - a. Mahasiswa/Pelajar
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Ibu Rumah Tangga
  - e. PNS/BUMN/POLRI/TNI
  - f. Lainnya
4. Pendidikan Terakhir
  - a. SMA/Sederajat
  - b. D3
  - c. S1
  - d. S2
  - e. Lainnya
5. Berapa pendapatan anda dalam 1 bulan ?
  - a. < Rp. 500.000
  - b. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
  - c. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000

d. > Rp. 2.000.000

**(Screening Question)**

Pilihlah salah satu jawaban yang sudah tersedia dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kondisi saudara/i :

1. Pernahkah anda membeli produk kecantikan pada onlineshop sociolla?
  - a. Iya, saya pernah
  - b. Tidak, saya tidak pernah
2. Berapa kali anda membeli produk kecantikan pada onlineshop sociolla dalam 3 bulan ?
  - a. 1-2 kali
  - b. 2-3 kali
  - c. > 3 kali

**(Petunjuk Pengisian)**

Berikan tanda centang (√) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda. Terdapat 4 (empat) alternatif pengisian jawaban yaitu:

1. STS = Sangat Tidak Setuju.
2. TS = Tidak Setuju.
3. S = Setuju.
4. SS = Sangat Setuju.

No	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<b>Product Quality</b>					
1.	Produk pada sociolla memiliki efek yang baik bagi wajah				
2.	Produk pada sociolla dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk				
3.	Jangka waktu kadaluarsa produk sociolla relatif lama sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama				
4.	Produk sociolla mampu memberikan hasil dari penggunaan produk seperti keinginan pelanggan				
5.	Sociolla merancang semua produk dengan baik sesuai kebutuhan konsumen				
6.	Saya merasa puas dengan produk yang didapat dari sociolla				

7.	Setiap produk yang dijual sociolla sangat menarik dari segi packaging				
8.	Kemasan produk sociolla menarik				
9.	Desain produk sociolla mengeluarkan desain yang unik				
10.	Produk sociolla memberikan kepuasan dengan manfaat yang telah konsumen dapatkan				
<b>Service Quality</b>					
11.	Onlineshop sociolla melayani konsumen dengan baik dan memuaskan				
12.	Onlineshop sociolla mampu menjawab pertanyaan konsumen				
13.	Onlineshop sociolla memberikan respon yang cepat dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen				
14.	Onlineshop sociolla memberikan respon yang cepat dan tanggap terhadap keluhan konsumen				
15.	Onlineshop sociolla selalu memberikan informasi yang layak dipercaya konsumen				
16.	Onlineshop sociolla memberikan layanan sesuai yang dibutuhkan konsumen.				
17.	Tampilan visual toko onlineshop sociolla terlihat menarik				
<b>Intention to Repurchase</b>					
18.	Saya sudah memiliki minat untuk membeli produk yang saya inginkan di onlineshop sociolla				
19.	Saya bersedia menyarankan orang disekitar saya untuk membeli produk pada onlineshop sociolla				
20.	Saya tertarik membeli produk tertentu pada onlineshop sociolla				
21.	Saya memilih sociolla dalam memenuhi kebutuhan saya akan produk kecantikan				
22.	Saya selalu mencari informasi terlebih dahulu dari orang lain yang sudah pernah menggunakan produk sociolla				
23.	Saya tertarik untuk membeli produk pada sociolla setelah mendapatkan informasi dari orng lain yang sudah pernah menggunakan				
<b>Customer Satisfaction</b>					
24.	Konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan onlineshop sociolla				
25.	Konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan onlineshop sociolla				

26.	Konsumen berminat untuk membeli kembali karena kualitas produk yang baik				
27.	Konsumen berminat untuk membeli kembali karena pelayanan yang baik				
28.	Konsumen menyarankan kepada teman dan kerabat untuk membeli produk pada onlineshop sociolla karena kualitas produk yang baik				
29.	Konsumen menyarankan kepada teman dan kerabat untuk membeli produk pada onlineshop sociolla karena pelayanan yang memuaskan				

### Lampiran 3

#### Tabulasi Data Karakteristik 145 Responden

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	1	145
	Perempuan	144	
Usia	15 – 20 tahun	5	145
	20 – 30 tahun	137	
	30 – 35 tahun	3	
Pekerjaan	Mahasiswa/pelajar	74	145
	Pegawai Swasta	67	
	Ibu Rumah Tangga	4	
Pendidikan	SMA/Sederajat	89	145
	D3	9	
	S1	47	
Pernahkah anda membeli produk kecantikan pada onlineshop sociolla?	Tidak pernah	0	145
	Ya, saya pernah	145	
Berapa kali anda membeli produk kecantikan pada onlineshop sociolla dalam 3 bulan ?	1-2 kali	90	145
	2-3 kali	50	
	>3 kali	5	
	4 - 6 jam	41	
	Lebih dari 6 jam	6	



Lampiran 4

Data Pre – Test (30 Responden)

Produc Quality										Service Quality						Intention to Purchase						Costumer Satisfaction					Total			
4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	100	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	104
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	90
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	99
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	98
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	99
4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	104
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	98
4	2	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	94
3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	99
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	89
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	107
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	99
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	95
3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	96
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	92
3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	97
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	98
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	103
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	105
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101
3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	100
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	94
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	99
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	95
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	98



**Lampiran 5**

**Hasil Uji Validitas 30 Responden**

**Product Quality (X1)**

		PQ1	PQ2	PQ3	PQ4	PQ5	PQ6	PQ7	PQ8	PQ9	PQ10	TOTAL
												L
PQ1	Pearson Correlation	1	,070	,312	,161	,333	,522**	,186	,033	,451*	,312	,610**
	Sig. (2-tailed)		,713	,094	,394	,072	,003	,326	,864	,012	,094	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ2	Pearson Correlation	,070	1	,279	,227	,364*	,372*	-,061	,009	,009	,144	,443*
	Sig. (2-tailed)	,713		,135	,227	,048	,043	,748	,962	,962	,447	,014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ3	Pearson Correlation	,312	,279	1	,257	,279	,226	,172	-,148	,426*	,139	,529**
	Sig. (2-tailed)	,094	,135		,171	,135	,230	,363	,434	,019	,465	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ4	Pearson Correlation	,161	,227	,257	1	,511**	,356	,308	,106	,257	-,045	,560**
	Sig. (2-tailed)	,394	,227	,171		,004	,053	,097	,578	,171	,812	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ5	Pearson Correlation	,333	,364*	,279	,511**	1	,372*	-,061	,009	,009	,279	,562**
	Sig. (2-tailed)	,072	,048	,135	,004		,043	,748	,962	,962	,135	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ6	Pearson Correlation	,522**	,372*	,226	,356	,372*	1	,247	,367*	,226	,367*	,731**
	Sig. (2-tailed)	,003	,043	,230	,053	,043		,188	,046	,230	,046	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ7	Pearson Correlation	,186	-,061	,172	,308	-,061	,247	1	,312	,731**	,172	,536**
	Sig. (2-tailed)	,326	,748	,363	,097	,748	,188		,094	,000	,363	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ8	Pearson Correlation	,033	,009	-,148	,106	,009	,367*	,312	1	,139	,282	,376*
	Sig. (2-tailed)	,864	,962	,434	,578	,962	,046	,094		,465	,131	,041
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ9	Pearson	,451*	,009	,426*	,257	,009	,226	,731**	,139	1	,426*	,656**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,012	,962	,019	,171	,962	,230	,000	,465		,019	,000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PQ10	Pearson	,312	,144	,139	-,045	,279	,367*	,172	,282	,426*	1	,554**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,094	,447	,465	,812	,135	,046	,363	,131	,019		,001
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	,610**	,443*	,529**	,560**	,562**	,731**	,536**	,376*	,656**	,554**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,003	,001	,001	,000	,002	,041	,000	,001	
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Service Quality(X2)

		SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	SQ6	SQ7	TOTAL
SQ1	Pearson	1	,165	,024	,025	-,033	,067	,048	,414*
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)		,384	,899	,897	,864	,724	,803	,023
N		30	30	30	30	30	30	30	30
SQ2	Pearson	,165	1	,270	,000	,226	-,272	,000	,448*
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,384		,149	1,000	,230	,146	1,000	,013
N		30	30	30	30	30	30	30	30
SQ3	Pearson	,024	,270	1	-,133	,075	,120	,000	,474**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,899	,149		,484	,694	,526	1,000	,008
N		30	30	30	30	30	30	30	30
SQ4	Pearson	,025	,000	-,133	1	,178	,221	,364*	,491**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,897	1,000	,484		,347	,242	,048	,006
N		30	30	30	30	30	30	30	30
SQ5	Pearson	-,033	,226	,075	,178	1	-,069	,049	,444*
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	,864	,230	,694	,347		,716	,797	,014

	N	30	30	30	30	30	30	30	30
SQ6	Pearson Correlation	,067	-,272	,120	,221	-,069	1	,141	,388*
	Sig. (2-tailed)	,724	,146	,526	,242	,716		,456	,034
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
SQ7	Pearson Correlation	,048	,000	,000	,364*	,049	,141	1	,487**
	Sig. (2-tailed)	,803	1,000	1,000	,048	,797	,456		,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,414*	,448*	,474**	,491**	,444*	,388*	,487**	1
	Sig. (2-tailed)	,023	,013	,008	,006	,014	,034	,006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

#### Intention to Repurchase (Y)

		ITR1	ITR2	ITR3	ITR4	ITR5	ITR6	TOTAL
ITR1	Pearson Correlation	1	,289	,048	,208	,085	,082	,448*
	Sig. (2-tailed)		,122	,799	,270	,656	,667	,013
	N	30	30	30	30	30	30	30
ITR2	Pearson Correlation	,289	1	,545**	,309	,342	,236	,724**
	Sig. (2-tailed)	,122		,002	,097	,064	,209	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
ITR3	Pearson Correlation	,048	,545**	1	,233	,353	,063	,621**
	Sig. (2-tailed)	,799	,002		,215	,056	,739	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
ITR4	Pearson Correlation	,208	,309	,233	1	,408*	,321	,643**
	Sig. (2-tailed)	,270	,097	,215		,025	,084	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
ITR5	Pearson Correlation	,085	,342	,353	,408*	1	,573**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,656	,064	,056	,025		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
ITR6	Pearson Correlation	,082	,236	,063	,321	,573**	1	,598**
	Sig. (2-tailed)	,667	,209	,739	,084	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,448*	,724**	,621**	,643**	,731**	,598**	1

Sig. (2-tailed)	,013	,000	,000	,000	,000	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### Customer Satisfaction (Z)

		CS1	CS2	CS3	CS4	CS5	CS6	TOTAL
CS1	Pearson Correlation	1	,126	,134	-,062	,267	,401*	,505**
	Sig. (2-tailed)		,508	,481	,743	,153	,028	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30
CS2	Pearson Correlation	,126	1	,740**	,279	,336	,202	,725**
	Sig. (2-tailed)	,508		,000	,136	,069	,285	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CS3	Pearson Correlation	,134	,740**	1	,134	,333	,333	,724**
	Sig. (2-tailed)	,481	,000		,481	,072	,072	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CS4	Pearson Correlation	-,062	,279	,134	1	,134	,000	,401*
	Sig. (2-tailed)	,743	,136	,481		,481	1,000	,028
	N	30	30	30	30	30	30	30
CS5	Pearson Correlation	,267	,336	,333	,134	1	,467**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,153	,069	,072	,481		,009	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
CS6	Pearson Correlation	,401*	,202	,333	,000	,467**	1	,651**
	Sig. (2-tailed)	,028	,285	,072	1,000	,009		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,505**	,725**	,724**	,401*	,687**	,651**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,028	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## Lampiran 6

### Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden

#### *Product Quality (X1)*

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	10

#### *Service Quality (X2)*

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,654	8

*Intention to Repurchase (Y)*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	7

*Customer Satisfaction (Z)*

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	7



Lampiran 7

Tabulasi Data 145 Responden

NO	Product Quality (X <sub>1</sub> )										Service Quality (X <sub>2</sub> )					Intention To Repurchase (Y)					Customer Satisfaction (Z)					Total	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	Y	Z					
1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	108	38	26	22	22	
2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	100	33	23	21	23	
3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	105	36	25	22	22	
4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	99	33	24	19	23	
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	103	38	25	22	18	
6	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	100	35	23	22	20	
7	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	98	34	25	18	21	
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	40	28	24	24	
9	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	99	35	23	20	21	
10	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	98	34	24	21	19	
11	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	101	37	23	21	20	
12	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	102	34	24	24	20
13	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	97	34	23	19	21	
14	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	101	37	22	21	21	
15	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	102	33	28	21	20	
16	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	100	37	24	18	21	
17	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	105	36	26	22	21	
18	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	100	32	25	23	20	
19	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	37	28	24	24	
20	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	104	38	27	20	19	
21	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	107	37	25	23	22
22	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	109	37	28	23	21	
23	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	101	34	25	23	19	
24	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	38	25	24	24	
25	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	106	37	25	23	21	
26	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	101	36	25	21	19	
27	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	102	37	26	20	19
28	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	94	32	23	20	19	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	105	40	23	20	22	
30	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	107	36	24	24	23	
31	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	96	30	25	19	22	
32	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	104	34	25	21	24	
33	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	94	33	23	18	20	
34	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	102	37	22	21	22	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	40	28	24	24	
36	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	107	35	26	23	23	
37	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95	33	23	20	19	



38	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	97	33	22	21	21
39	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	97	36	21	20	20		
40	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	96	36	22	20	18		
41	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	94	31	25	19	19		
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	93	30	21	24	18		
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87	30	21	18	18		
44	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	103	34	24	22	23		
45	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	97	35	22	21	19		
46	4	2	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	2	87	30	22	17	18		
47	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	85	28	19	20	18		
48	3	3	3	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	85	30	22	16	17		
49	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	2	3	79	28	18	16	17		
50	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	84	33	18	17	16		
51	4	2	4	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	91	29	19	21	22			
52	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	102	35	26	22	19		
53	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	2	77	28	17	17	15		
54	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	83	30	20	17	16		
55	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	82	30	21	17	14		
56	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	4	83	29	21	15	18		
57	3	3	3	2	4	2	4	3	2	4	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	91	30	20	20	21		
58	3	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	94	30	23	19	22		
59	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	90	31	22	18	19		
60	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	93	33	20	19	21		
61	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	95	32	23	21	19		
62	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	95	32	24	20	19		
63	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	93	35	24	16	18		
64	2	1	1	2	3	3	1	3	2	2	4	2	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	79	20	21	19	19		
65	4	3	3	2	1	2	3	2	1	4	3	3	3	2	1	3	4	3	3	4	1	3	3	3	2	2	3	3	77	25	19	17	16		
66	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	87	28	20	21	18		
67	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	97	34	25	20	18		
68	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	98	36	21	21	20		
69	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	90	34	19	16	21		
70	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	96	36	22	19	19		
71	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	96	32	21	22	21		
72	4	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	99	32	25	21	21		
73	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	2	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	89	31	18	20	20		
74	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	105	36	25	21	23		
75	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	92	29	22	20	21		
76	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	91	27	21	23	20		
77	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	93	31	21	20	21		
78	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	4	84	31	16	17	20		
79	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	92	32	19	20	21		
80	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	92	32	20	22	18		

81	3	2	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	95	31	23	21	20
82	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	96	32	23	21	20
83	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	98	30	22	23	23
84	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	98	33	23	21	21
85	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	102	36	25	20	21
86	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	97	33	21	21	22	
87	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	105	38	27	20	20	
88	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	102	35	24	20	23
89	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	99	34	24	20	21
90	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	100	33	25	22	20	
91	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	94	32	23	20	19	
92	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	97	31	25	21	20
93	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	95	30	24	20	21	
94	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	2	89	30	23	21	15
95	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	83	28	20	17	18
96	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	90	28	21	21	20
97	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	97	34	24	20	19
98	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	100	37	25	20	18
99	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	85	30	18	19	18
100	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	97	32	24	21	20
101	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	89	32	19	18	20
102	3	4	4	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	99	31	25	21	22	
103	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	93	32	23	18	20	
104	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	91	31	22	22	16
105	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	4	4	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	94	30	23	19	22
106	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	99	33	25	19	22
107	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	99	33	23	21	22
108	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	100	36	23	19	22
109	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	79	25	18	17	19
110	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	97	35	21	21	20
111	2	3	4	1	1	3	3	4	3	1	3	2	3	1	2	1	2	3	1	4	1	1	3	1	2	3	2	2	1	63	25	14	13	11
112	1	3	3	2	1	3	3	1	3	1	3	2	1	1	3	3	2	3	1	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	60	21	15	12	12
113	2	2	4	2	1	2	3	4	4	3	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	1	3	2	68	27	14	16	11
114	1	2	4	3	1	2	3	2	1	1	3	1	1	1	3	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	3	51	20	13	8	10
115	2	3	4	3	1	2	3	4	3	2	2	1	4	1	3	2	3	3	1	2	1	3	3	1	3	2	1	3	1	67	27	16	13	11
116	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	1	3	1	1	1	2	1	2	3	1	2	58	24	14	9	11
117	3	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2	3	2	4	3	1	1	55	18	11	12	14
118	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	98	36	21	19	22
119	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	3	4	2	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	88	30	21	20	17
120	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	91	27	23	20	21
121	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	101	34	24	22	21
122	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	97	34	23	19	21
123	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	103	36	25	21	21	

124	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	98	34	22	20	22
125	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	99	34	24	21	20
126	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	102	36	24	21	21		
127	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	100	33	25	20	22	
128	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	106	36	24	23	23	
129	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	106	36	25	23	22	
130	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	35	26	23	24	
131	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	102	36	25	21	20	
132	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	101	35	24	20	22	
133	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	105	34	26	24	21
134	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	102	35	25	21	21
135	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	104	37	25	21	21	
136	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	101	35	23	22	21		
137	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	106	35	25	23	23	
138	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	101	36	24	20	21		
139	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	100	35	24	21	20	
140	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	104	35	26	21	22	
141	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	106	37	27	21	21	
142	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	103	37	25	22	19		
143	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	105	37	26	22	20	
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	108	40	24	22	22	
145	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	106	36	25	22	23	

Pernyataan PQ	Total	Pernyataan SQ	Total	Pernyataan ITR	Total	Pernyataan CS	Total
PQ 1	487	SQ 1	478	ITR 1	497	CS 1	490
PQ 2	478	SQ 2	463	ITR 2	468	CS 2	477
PQ 3	481	SQ 3	468	ITR 3	500	CS 3	489
PQ 4	474	SQ 4	453	ITR 4	473	CS 4	473
PQ 5	453	SQ 5	478	ITR 5	479	CS 5	483
PQ 6	471	SQ 6	479	ITR 6	488	CS 6	471
PQ 7	495	SQ 7	474				
PQ 8	474						
PQ 9	481						
PQ 10	475						

No.	Variabel	Pernyataan	Nilai
1.	Product Quality	Setiap produk yang dijual sociolla sangat menarik dari segi packaging	495
2.	Service Quality	Onlineshop sociolla memberikan layanan sesuai yang dibutuhkan konsumen	479
3.	Intention to Repurchase	Saya tertarik membeli produk tertentu pada onlineshop sociolla	500
4.	Customer Satisfaction	Konsumen merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan onlineshop sociolla	490

## Lampiran 8

### Hasil Uji Analisis Jalur

#### 1. Hasil Uji Product Quality dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,182	1,378		3,036	,003
	Product Quality	,187	,061	,273	3,053	,003
	Service Quality	,420	,078	,480	5,372	,000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber: data primer yang diolah 2022

#### 2. Hasil Koefisien Determinasi Product Quality dan Service Quality Terhadap Customer Stisfaction

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 <sup>a</sup>	,500	,493	1,955

a. Predictors: (Constant), Service Quality, Product Quality

sumber: hasil output statistic,2022

#### 3. Hasil Uji Product Quality, Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Intention to Repurchase

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	2.330	1.209		1.928	.056
Product Quality	.084	.054	.124	1.558	.121
Service Quality	.325	.073	.376	4.457	.000
Customer Satisfaction	.380	.071	.385	5.329	.000

a. Dependent Variable: Intention to Repurchase

#### 4. Nilai Koefisien Determinasi Product Quality, Service Quality dan Customer Satisfaction Terhadap Intention to Repurchase

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 <sup>a</sup>	.632	.624	1,662

a. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction, Product Quality, Service Quality

#### 5. Hasil Uji Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Intention to Repurchase setelah di *trimming*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.103	1.108		2.801	.006
	Service Quality	.388	.061	.449	6.386	.000
	Customer Satisfaction	.408	.069	.413	5.871	.000



a. Dependent Variable: Intention to Repurchase

6. Nilai Koefisien Determinasi Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Intention to Repurchase setelah di *trimming*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 <sup>a</sup>	.626	.620	1.671

a. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction, Service Quality