

LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh *Trust* Dan *Shopping Experiences* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening*

(Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun)

Kepada Yth.

Saudara Responden

Dengan Hormat,

Saya Zulfa Istiqomah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Madiun saat ini sedang melakukan penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experiences* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening*” (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun). Maka dari itu saya sebagai peneliti memohon bantuan saudara/i agar meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya. Segala informasi yang diberikan pada kuesioner ini hanya untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan partisipasi saudara/i saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Zulfa Istiqomah
Nim. 2002107022

Lampiran 2 kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas responden

Nama :

Jenis kelamin :

Nim :

Program studi :

B. Kuesioner

Zulfa Istiqomah (2002107022) Mahasiswa Program studi pendidikan ekonomi universitas PGRI Madiun saat ini sedang melakukan penelitian guna menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Belanja Online Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun”. Maka dari itu saya sebagai peneliti memohon kesediaan saudara/i agar meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya. Segala informasi yang diberikan pada kuesioner ini hanya untuk kepentingan akademis dan akan di jaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan partisipasi saudara/i saya mengucapkan terima kasih.

Trust (X1)		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa <i>shopee</i> mampu menyediakan layanan belanja <i>online</i> dengan baik.					
2	Saya merasa percaya dengan keamanan dan privasi data saya saat berbelanja di <i>shopee</i> .					

3	Saya merasa mudah menemukan produk yang saya cari di toko <i>shopee</i> .					
4	Saya merasa mudah membandingkan produk dan harga di toko <i>shopee</i> .					
5	Saya merasa deskripsi produk yang diberikan oleh penjual akurat dan jujur.					
6	Saya merasa penjual di <i>shopee</i> memberikan informasi yang jujur tentang garansi produk yang ditawarkan.					
7	Saya merasa produk yang saya beli sesuai dengan deskripsi yang diberikan.					
8	Saya percaya bahwa informasi harga dan promosi yang ditampilkan akurat dan jujur.					
<i>Shopping Experiences (X2)</i>		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas dengan kecepatan pengiriman atau proses pengiriman barang.					
2	Saya merasa puas dengan variasi produk yang ditawarkan.					
3	Saya merasa senang dengan layanan ketika konsumen mengalami masalah pada pesanan.					
4	Saya merasa mudah menemukan produk yang sedang dicari.					
5	Saya merasa puas dengan respon atau interaksi dari orang lain setelah					

	berbagai pengalaman disitus web <i>shopee</i> .					
6	Fitur atau opsi untuk berbagi pengalaman belanja <i>online</i> mudah ditemukan.					
Kemudahan Transaksi (Z)		STS	TS	N	S	SS
1	Proses <i>chek-out</i> atau pembayaran di platform belanja <i>online</i> mudah digunakan.					
2	Saya merasa mudah untuk melacak status pesanan setelah selesai melakukan pembayaran di aplikasi <i>shopee</i> .					
3	Saya merasa mudah untuk menggunakan opsi promosi atau kupon diskon yang tersedia di aplikasi <i>shopee</i> .					
4	Saya merasa mudah menggunakan metode pembayaran yang diinginkan.					
5	Informasi yang diberikan saat melakukan transaksi jelas, seperti total harga, metode pembayaran dan estimasi pembayaran.					
6	Saya merasa mudah memahami langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi ketika melakukan pembelian.					
7	Saya merasa proses pengembalian atau penukaran barang mudah dilakukan.					

8	Saya merasa fitur seperti keranjang belanja, <i>wishlist</i> atau rekomendasi produk membantu dalam proses transaksi.					
9	Saya merasa mudah memahami kebijakan yang terkait dengan transaksi yang dilakukan.					
10	Saya merasa puas dengan penjelasan atau panduan yang diberikan selama proses transaksi cukup mendukung untuk meminimalisir kesalahan.					
11	Saya merasa mudah untuk menyimpan barang dalam keranjang belanja untuk dibeli kemudian hari.					
12	Saya merasa mudah dalam mengubah atau membatalkan pesanan sebelum proses pengiriman.					
Perilaku Belanja <i>Online</i> (Y)		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa nyaman dalam menjelajahi berbagai produk atau layanan yang tersedia di platform <i>shopee</i> .					
2	Saya merasa nyaman dengan proses pengiriman barang yang dilakukan oleh platform <i>shopee</i> .					
3	Saya merasa bahwa informasi tentang kesediaan stok atau estimasi waktu pengiriman cukup jelas dan akurat.					
4	Saya merasa bahwa gambar atau visual produk yang disediakan					

	memberikan informasi yang cukup untuk membuat keputusan pembelian.					
5	Saya merasa bahwa proses pembelian di platform <i>shopee</i> berlangsung dengan cepat dan mudah.					
6	Saya merasa fitur seperti pencarian cepat atau filter produk membantu menghemat waktu saat berbelanja.					
7	Saya percaya terhadap informasi tentang produk atau layanan yang disediakan dalam platform <i>shopee</i> .					
8	Saya percaya platform <i>shopee</i> akan menangani transaksi dengan aman.					

Lampiran 3 Tabulasi Data Angket Penelitian

Trust (X1)

T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	TOTAL
4	4	4	4	4	5	3	4	32
4	3	4	4	3	3	4	4	29
5	5	5	5	4	3	5	4	36
4	3	4	4	3	3	4	4	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	3	4	4	3	4	3	3	28
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	5	5	5	3	3	4	3	33
4	4	4	4	3	3	4	4	30
5	4	5	5	3	3	3	3	31
5	4	5	5	5	4	4	3	35
5	5	5	4	5	5	3	3	35
3	3	3	3	3	2	2	3	22
4	4	5	4	3	3	4	4	31
4	5	4	4	3	3	3	3	29
1	2	1	2	3	2	3	2	16
5	4	5	4	4	4	3	4	33
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	5	4	3	4	5	5	34
5	4	4	5	3	3	3	3	30
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	5	5	3	3	4	3	32
4	3	4	3	3	3	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	4	3	4	3	28
5	1	5	5	5	3	5	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	2	4	2	2	2	3	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	3	3	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	2	5	5	3	3	4	4	30
4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	4	5	4	4	4	3	3	31
4	4	4	4	3	4	4	4	31

5	5	5	5	3	4	3	4	34
4	3	3	3	3	4	4	3	27
4	3	4	5	4	4	3	3	30
5	4	4	4	3	3	4	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	3	3	4	5	5	4	33
5	4	4	4	3	4	5	4	33
5	5	5	5	4	3	4	5	36
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	5	4	4	4	4	4	5	35
4	3	3	5	4	4	3	3	29
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	3	3	3	3	31
4	4	4	3	3	2	4	4	28
4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	3	4	5	3	3	4	4	31
5	5	5	5	3	3	5	3	34
5	3	4	4	3	3	3	3	28
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	3	3	3	3	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	3	4	4	4	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	3	4	4	3	2	3	2	25
3	4	4	3	2	3	4	4	27
4	1	4	3	2	3	3	3	23
4	3	4	4	3	3	3	3	27
4	3	4	4	3	4	4	4	30
5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	5	4	4	3	2	3	4	30

Shopping Experienece (X2)

S1	S2	S3	S4	S5	S6	TOTAL
3	5	4	5	4	4	25
4	4	4	4	3	4	23
5	4	2	4	4	5	24
4	4	4	4	3	3	22
4	4	5	4	4	4	25
4	3	3	3	4	4	21
4	5	3	5	5	4	26
4	5	5	5	4	4	27

4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	4	21
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	5	5	25
3	3	3	3	3	4	19
5	4	5	5	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
1	2	2	1	1	2	9
5	3	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	3	5	5	3	5	26
4	4	1	4	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	2	4	4	19
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	28
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	3	4	22
4	5	4	4	5	4	26
3	4	3	4	4	4	22
3	4	4	4	5	5	25
2	4	4	5	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
4	5	5	5	4	5	28
4	4	5	4	5	5	27
3	5	3	5	5	5	26
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	26
4	4	3	3	4	4	22
4	4	5	4	4	5	26

3	3	3	5	3	3	20
4	4	3	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	3	5	23
4	4	5	5	4	5	27
4	4	3	4	3	4	22
4	4	4	4	5	5	26
4	3	3	4	3	4	21
4	5	4	4	3	3	23
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	4	20
4	4	4	5	5	4	26
5	4	2	4	4	3	22
3	4	3	4	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	5	5	5	29

Kemudahan Transaksi

K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	TOTAL
5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	49
4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	44
5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	52
4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	41
5	5	4	4	5	4	2	5	3	4	5	3	49
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	57
3	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	52
4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	43
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	48
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	20
5	5	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	3	4	4	4	1	4	4	3	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	47
4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	4	5	4	4	5	5	3	3	4	3	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	46
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	54
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	43
3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	47
5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	50
3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4	32
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	54
4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3	5	51
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	54
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	55
5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	51
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	4	51
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	51
5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	51
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	51
4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	5	4	50
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	56
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59

4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	3	5	4	1	5	3	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	53

Perilaku Belanja *Online* (Y)

P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
4	5	4	5	4	4	4	3	33
4	4	4	4	4	3	3	3	29
4	5	4	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	3	4	3	4	5	4	4	31
3	4	3	4	4	4	4	3	29
5	4	4	3	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	3	3	3	3	3	4	27
5	4	4	3	4	5	3	4	32
4	5	5	4	4	3	5	4	34
4	4	4	4	2	2	2	4	26
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	2	4	2	3	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	2	1	4	2	3	3	2	19
4	4	4	3	5	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	4	4	1	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	4	3	4	3	28
4	5	5	5	5	5	5	2	36
4	4	4	4	5	3	4	4	32

5	5	5	5	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	3	2	5	3	3	26
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	5	4	4	4	34
4	3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	3	5	5	5	5	35
3	3	4	4	4	3	3	3	27
4	3	5	3	3	4	4	3	29
4	5	3	4	4	4	3	4	31
2	2	3	3	3	2	2	2	19
5	5	4	4	5	5	4	5	37
4	5	4	3	4	5	4	5	34
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	5	4	5	4	5	4	5	36
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	5	4	5	4	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	4	3	5	5	5	3	4	34
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	4	5	4	4	30
5	5	5	3	5	5	5	5	38
4	4	3	4	4	4	3	3	29
5	5	5	5	4	5	5	4	38
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	4	4	4	3	4	5	5	32
5	3	4	4	4	4	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	2	4	2	3	3	26
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	5	4	5	5	5	36
4	4	3	3	3	4	3	3	27
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	3	5	4	5	36

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas *Trust* (X1)

		Correlations								
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	Total
item_1	Pearson	1	,164	,075	,241	,309	,024	,386*	,169	,405*
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		,386	,694	,199	,096	,901	,035	,372	,026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson	,164	1	,118	,275	,469**	,567**	,452*	,438*	,656*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,386		,535	,141	,009	,001	,012	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson	,075	,118	1	,394*	,461*	,170	,245	,278	,508*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,694	,535		,031	,010	,369	,192	,137	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson	,241	,275	,394*	1	,621**	,639**	,492**	,384*	,754*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,199	,141	,031		,000	,000	,006	,036	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson	,309	,469**	,461*	,621**	1	,718**	,731**	,365*	,877*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,096	,009	,010	,000		,000	,000	,047	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson	,024	,567**	,170	,639**	,718**	1	,584**	,420*	,784*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,901	,001	,369	,000	,000		,001	,021	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson	,386*	,452*	,245	,492**	,731**	,584**	1	,228	,771*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,035	,012	,192	,006	,000	,001		,225	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson	,169	,438*	,278	,384*	,365*	,420*	,228	1	,610*
	Correlation									*
	Sig. (2-tailed)	,372	,015	,137	,036	,047	,021	,225		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Total	Pearson Correlation	,405*	,656**	,508**	,754**	,877**	,784**	,771**	,610**	1
	Sig. (2-tailed)	,026	,000	,004	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	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).

Uji Reabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	9

Uji Validitas *Shopping Experience (X2)*

		Correlations						
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	Total
S1	Pearson Correlation	1	,405*	,243	,580**	,297	,040	,567**
	Sig. (2-tailed)		,026	,195	,001	,110	,836	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
S2	Pearson Correlation	,405*	1	,533**	,403*	,672**	,349	,793**
	Sig. (2-tailed)	,026		,002	,027	,000	,059	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
S3	Pearson Correlation	,243	,533**	1	,227	,498**	,100	,664**
	Sig. (2-tailed)	,195	,002		,228	,005	,598	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
S4	Pearson Correlation	,580**	,403*	,227	1	,592**	,360	,722**
	Sig. (2-tailed)	,001	,027	,228		,001	,051	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
S5	Pearson Correlation	,297	,672**	,498**	,592**	1	,473**	,843**
	Sig. (2-tailed)	,110	,000	,005	,001		,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
S6	Pearson Correlation	,040	,349	,100	,360	,473**	1	,583**
	Sig. (2-tailed)	,836	,059	,598	,051	,008		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,567**	,793**	,664**	,722**	,843**	,583**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,001	
	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).

Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,763	6

Uji Validitas Kemudahan Transaksi

Correlations

		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	TOTAL
K1	Pearson Correlation	1	,497**	0,282	,668**	,605**	,656**	0,338	,495**	,473**	,450*	,444*	,564**	,741**
	Sig. (2-tailed)		0,005	0,131	0,000	0,000	0,000	0,067	0,005	0,008	0,013	0,014	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	,497**	1	,517**	,537**	,589**	,722**	,567**	0,236	,375*	,572**	0,235	,693**	,767**
	Sig. (2-tailed)	0,005		0,003	0,002	0,001	0,000	0,001	0,210	0,041	0,001	0,211	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	0,282	,517**	1	,567**	0,242	,640**	,628**	,416*	0,341	,521**	0,338	,388*	,712**
	Sig. (2-tailed)	0,131	0,003		0,001	0,197	0,000	0,000	0,022	0,066	0,003	0,068	0,034	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K4	Pearson Correlation	,668**	,537**	,567**	1	,366*	,576**	,443*	,574**	0,323	,534**	0,232	,496**	,733**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,002	0,001		0,047	0,001	0,014	0,001	0,082	0,002	0,216	0,005	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K5	Pearson Correlation	,605**	,589**	0,242	,366*	1	,760**	0,318	,428*	0,292	,549**	,696**	,374*	,716**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,197	0,047		0,000	0,087	0,018	0,17	0,002	0,000	0,041	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K6	Pearson Correlation	,656**	,722**	,640**	,576**	,760**	1	,406*	,547**	,396*	,596**	,606**	,557**	,869**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000		0,026	0,002	0,030	0,001	0,000	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K7	Pearson Correlation	0,338	,567**	,628**	,443*	0,318	,406*	1	,420*	0,335	,384*	,363*	,562**	,704**
	Sig. (2-tailed)	0,067	0,001	0,000	0,014	0,087	0,026		0,021	0,071	0,036	0,049	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K8	Pearson Correlation	,495**	0,236	,416*	,574**	,428*	,547**	,420*	1	,374*	,404*	,589**	0,257	,669**
	Sig. (2-tailed)	0,005	0,210	0,022	0,001	0,18	0,002	0,021		0,042	0,027	0,001	0,171	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

K9	Pearson Correlation	,473**	,375*	0,341	0,323	0,292	,396*	0,335	,374*	1	,520**	0,268	,409*	,597**
	Sig. (2-tailed)	0,008	0,041	0,066	0,082	0,117	0,030	0,071	0,042		0,003	0,152	0,025	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K10	Pearson Correlation	,450*	,572**	,521**	,534**	,549**	,596**	,384*	,404*	,520**	1	0,228	,371*	,713**
	Sig. (2-tailed)	0,013	0,001	0,003	0,002	0,002	0,001	0,036	0,027	0,003		0,226	0,044	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K11	Pearson Correlation	,444*	0,235	0,338	0,232	,696**	,606**	,363*	,589**	0,268	0,228	1	0,137	,604**
	Sig. (2-tailed)	0,014	0,211	0,068	0,216	0,000	0,000	0,049	0,001	0,152	0,226		0,472	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K12	Pearson Correlation	,564**	,693**	,388*	,496**	,374*	,557**	,562**	0,257	,409*	,371*	0,137	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,034	0,005	0,041	0,001	0,001	0,171	0,025	0,044	0,472		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,741**	,767**	,712**	,733**	,716**	,869**	,704**	,669**	,597**	,713**	,604**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	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).

Uji Reabilitas (Z)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	12

Uji Validitas Perilaku Belanja Online (Y)

		Correlations									
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL	
P1	Pearson Correlation	1	,445*	,568**	,589**	,531**	,578**	,283	,511**	,738**	
	Sig. (2-tailed)		,014	,001	,001	,003	,001	,130	,004	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P2	Pearson Correlation	,445*	1	,604**	,591**	,748**	,284	,469**	,660**	,787**	
	Sig. (2-tailed)	,014		,000	,001	,000	,128	,009	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

P3	Pearson Correlation	,568**	,604**	1	,743**	,728**	,558**	,520**	,604**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,001	,003	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,589**	,591**	,743**	1	,537**	,328	,399*	,621**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000		,002	,076	,029	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,531**	,748**	,728**	,537**	1	,474**	,595**	,666**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,002		,008	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,578**	,284	,558**	,328	,474**	1	,411*	,219	,619**
	Sig. (2-tailed)	,001	,128	,001	,076	,008		,024	,246	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,283	,469**	,520**	,399*	,595**	,411*	1	,414*	,657**
	Sig. (2-tailed)	,130	,009	,003	,029	,001	,024		,023	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,511**	,660**	,604**	,621**	,666**	,219	,414*	1	,773**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000	,000	,000	,246	,023		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,738**	,787**	,873**	,807**	,855**	,619**	,657**	,773**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	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).

Uji Reabilitas (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	8

Lampiran 5 Hasil Analisis Deskripsi

Deskripsi Variabel

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Trust	70	16	40	2188	31,26	4,561
Shopping Experience	70	9	30	1702	24,31	3,537
Perilaku Belanja Online	70	19	40	2254	32,20	4,428
Kemudahan Transaksi	70	20	60	3489	49,84	6,925
Valid N (listwise)	70					

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Model I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,35165570
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,051
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Model II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,33802108
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,063
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,813	2,989		2,279	,026		
	Trust	,276	,150	,182	1,839	,070	,357	2,799
	Shopping Experience	1,415	,194	,722	7,303	,000	,357	2,799

a. Dependent Variable: Kemudahan Transaksi

Model II

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,250	2,181		1,949	,056		
	Trust	,177	,108	,183	1,640	,106	,340	2,940
	Shopping Experience	,025	,182	,020	,136	,892	,199	5,028
	Kemudahan Transaksi	,437	,086	,684	5,094	,000	,234	4,269

a. Dependent Variable: Perilaku Belanja Online

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5,810	1,886		3,080	,003
	Trust	-,099	,095	-,207	-1,040	,302
	Shopping Experience	-,008	,122	-,013	-,064	,949

a. Dependent Variable: Abs_RES1

Model II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2,989	1,366		2,188	,032
	Trust	-,113	,068	-,343	-1,667	,100
	Shopping Experience	,145	,114	,342	1,273	,208
	Kemudahan Transaksi	-,024	,054	-,112	-,454	,651

a. Dependent Variable: Abs_RES2

Hasil Uji Linearitas

Model I

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kemudahan Transaksi * Trust	Between Groups	(Combined)	2657,460	13	204,420	17,563	,000
		Linearity	2495,037	1	2495,037	214,360	,000
		Deviation from Linearity	162,423	12	13,535	1,163	,332
	Within Groups		651,812	56	11,639		
	Total		3309,271	69			

Model II

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Belanja Online * Shopping Experience	Between Groups	(Combined)	1063,933	21	50,663	8,407	,000
		Linearity	955,496	1	955,496	158,552	,000
		Deviation from Linearity	108,437	20	5,422	,900	,589
	Within Groups		289,267	48	6,026		
	Total		1353,200	69			

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,921 ^a	,848	,844	2,739

a. Predictors: (Constant), Trust, Shopping Experience

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2806,638	2	1403,319	187,060	,000 ^b
	Residual	502,633	67	7,502		
	Total	3309,271	69			

a. Dependent Variable: Kemudahan Transaksi

b. Predictors: (Constant), Trust, Shopping Experience

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,512	2,337		4,925	,000
	Shopping Experience	2,209	,122	1,128	18,084	,000
	Trust	-,492	,076	,402	6,445	,000

a. Dependent Variable: Kemudahan Transaksi

Model II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,851 ^a	,725	,712	2,391

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Trust, Shopping Experience

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	993,605	3	331,202	57,955	,000 ^b
	Residual	377,178	66	5,715		
	Total	1370,783	69			

a. Dependent Variable: Y8

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Trust, Shopping Experience

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,106	2,277		3,999	,000
	Trust	,374	,095	,408	3,938	,000
	Shopping Experience	1,033	,220	,820	4,689	,000
	Kemudahan Transaksi	,275	,089	,428	3,110	,003

a. Dependent Variable: Perilaku Belanja Online

Lampiran 8 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

1	Timestamp	Email Address	Saya telah membaca dan	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Nim	Program Studi	Apakah anda merupakan S
2	25/05/2024 11:40:43	ellena.agesty08@gmail.c	Ya	Eilena Agesty Budiyan	Perempuan	2002107023	Pendidikan Ekonomi	Ya
3	25/05/2024 13:03:35	gunawanindra@gmail.co	Ya	Indra Gunawan	Laki-laki	2002104004	Pendidikan Pancasila Da	Ya
4	25/05/2024 15:28:09	indriyatiwulandari1028@	Ya	Indriyati Wulandari	Perempuan	2002107004	Pendidikan Ekonomi	Ya
5	25/05/2024 18:03:52	bayu120102@gmail.com	Ya	Bayu Ajie Al Azhar	Laki-laki	2002112011	Pendidikan Fisika	Ya
6	25/05/2024 18:39:41	rudinamustika01@gma	Ya	Rudi Vina Mustika	Perempuan	2002104014	Pendidikan Pancasila Da	Ya
7	25/05/2024 19:14:10	sersannita_2002103009@	Ya	Sersannita Ayu Mayangs	Perempuan	2002103009	Bimbingan Dan Konselin	Ya
8	25/05/2024 19:54:58	korintainta888@gmail.co	Ya	Korinta Rosenia Christac	Perempuan	2002103002	Bimbingan Dan Konselin	Ya
9	25/05/2024 20:00:47	diahans71@gmail.com	Ya	Diah Ayu Novita Sari	Perempuan	2002104001	Pendidikan Pancasila Da	Ya
10	25/05/2024 20:25:12	tiyasyuli783@gmail.com	Ya	Tiyas Yuli Rahmawati	Perempuan	2002103019	Bimbingan Dan Konselin	Ya
11	26/05/2024 13:14:46	dhimasyolanda3@gmail.i	Ya	Dhimas Yolanda Putra	Laki-laki	2002101008	Pendidikan Guru Sekolah	Ya
12	26/05/2024 13:15:31	zulfaistiqomah784@gma	Ya	Zulfa istiqomah	Perempuan	2002107022	Pendidikan Ekonomi	Ya
13	26/05/2024 13:15:47	anisbanafsa05@gmail.co	Ya	Anis Banafsa	Perempuan	2002101201	Pendidikan Guru Sekolah	Ya
14	26/05/2024 13:17:22	putriayudian11@gmail.co	Ya	PUTRI AYU DIAN	Perempuan	2002101136	Pendidikan Guru Sekolah	Ya
15	26/05/2024 13:31:38	irmamelaty11074@gmail	Ya	Erma Firda Melati	Perempuan	2002101133	Pendidikan Guru Sekolah	Ya
16	26/05/2024 13:35:57	raathagustina@gmail.co	Ya	Nur Rath	Perempuan	2002107008	Pendidikan Ekonomi	Ya
17	26/05/2024 14:12:44	izzzauh1403@gmail.com	Ya	IZZA UMI HASANAH	Perempuan	2002110018	Pendidikan Matematika	Ya

Lampiran 9 surat pengesahan judul skripsi



UNIVERSITAS PGRI MADIUN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
Akreditasi SK BAN-PT No.2169/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/IV/2020, Tgl.01-04-2020
Jalan Setiabudi No. 85 Madiun 63118 Telepon (0351) 462986, Fax (0351)459400
Website : www.unipma.ac.id Email : rektorat@unipma.ac.id

**PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI**

Nama : Zulfa Istiqomah
NIM : 2002107022
Judul : Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun)
Dosen Pembimbing I : Dwi Nila Andriani, S.Pd., M.Pd
Dosen Pembimbing II : Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd

Dosen Pembimbing I

Dwi Nila Andriani, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0702118901

Dosen Pembimbing II

Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0714088701

Mengesahkan,
Kaprosdi Pendidikan Ekonomi

Ramadhan Prasetya Wibawa, M.Pd
NIDN. 0726048801

Lampiran 10 surat permohonan ijin penelitian



UNIVERSITAS PGRI MADIUN

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Setiabudi No. 85 Madiun 63118, Telepon (0351) 462986, Fax. (0351) 459400

Website: www.unipma.ac.id Email: rektorat@unipma.ac.id

Website Fakultas: fkip.unipma.ac.id Email: fkip@unipma.ac.id

Nomor : 0224.E/N/FKIP/UNIPMA/2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Madiun, 05 April 2024

Kepada Yth. Bapak Rektor
Universitas PGRI Madiun
di tempat

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak untuk memberikan izin kepada mahasiswa :

Nama : Zulfa Istiqomah
NIM : 2002107022
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

dalam melakukan penelitian di instansi yang Bapak pimpin dengan judul:
"Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun"

Demikian, atas perhatian dan kerja sama Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

↓ Dekan,

Dr. Sardulo Gembong, M.Pd.
NIP. 19650922 199303 1 001

Lampiran II surat izin penelitian



Nomor : 0338/N/FKIP/UNIPMA/2024
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Madiun, 4 Juni 2024

Kepada Yth. Kaprodi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas PGRI Madiun
di tempat

Menindaklanjuti surat Saudara nomor: 062/N/FKIP/UNIPMA/2024 tanggal 16 Mei 2024 perihal permohonan izin penelitian skripsi mahasiswa:

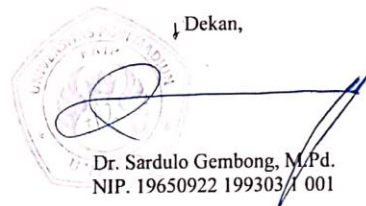
Nama : Zulfa Istiqomah
NIM : 2002107022
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

dengan judul penelitian:

"Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Berbelanja Online Pada Aplikasi *Shopee* dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun".

Dengan ini kami beritahukan pada prinsipnya kami tidak keberatan, dan mahasiswa tersebut sudah melakukan penelitian di lingkup Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun.

Demikian atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

↓ Dekan,

Dr. Sardulo Gembong, M.Pd.
NIP. 19650922 199303 1 001

Tembusan Kpd. Yth:
Saudari Zulfa Istiqomah

Lampiran 12 data mahasiswa FKIP Universitas PGRI Madiun

No	PRODI	ANGKATAN	JML
1	Prodi S-1 Pendidikan Teknik Elektro	2020	8
2	Prodi S-1 Pendidikan Matematika	2020	34
3	Prodi S-1 Pendidikan Fisika	2020	16
4	Prodi S-1 Pendidikan Biologi	2020	20
5	Prodi S-1 Bimbingan dan Konseling	2020	40
6	Prodi S-1 Pendidikan Guru Sekolah Dasar	2020	248
7	Prodi S-1 Pendidikan Guru-Pendidikan Anak Usia Dini	2020	9
8	Prodi S-1 Pendidikan Sejarah	2020	15
9	Prodi S-1 Pendidikan Ekonomi	2020	21
10	Prodi S-1 Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan	2020	18
11	Prodi S-1 Pendidikan Akuntansi	2020	19
12	Prodi S-1 Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia	2020	37
13	Prodi S-1 Pendidikan Bahasa Inggris	2020	36
			521

Lampiran 13 T Tabel

T tabel

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972

Lampiran 14 Validasi Sumber Pustaka

VALIDASI SUMBER PUSTAKA PENULISAN SKRIPSI

Nama : Zulfa Istiqomah

NIM : 2002107022

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dosen Pembimbing I : Dwi Nila Andriani, S.Pd., M.Pd

Dosen Pembimbing II : Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd

Judul : Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun)

No	Sumber Pustaka	Halaman		Hasil Validasi	
		Pustaka	Skripsi	Sesuai	Tidak Sesuai
1	Adhani, L. K., Dharmastiti, R., Trapsilawati, F., Teknik Mesin Dan Indusri, D., Kunci, K., Konsumen Belanja Online, P., & Kesehatan, M. (N.D.). <i>Pengaruh Waktu Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Belanja Online.</i>	1	25	✓	
2	Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). <i>Manajemen Kreatif Jurnal</i> , 1(1), 178–189.	181	24	✓	
3	Agustin, K. S., & Warmika, I. G. K. (2019). Peran Trust Memediasi Pengaruh Shopping	5840	28	✓	

	Experience Terhadap Positive Word Of Mouth (Studi Pada Pengguna Shopee Mobile Shopping Di Kota Denpasar). <i>E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana</i> , 8(9), 5825. https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I09.P23				
4	Agustina, A., & Julitriarsa, D. (2022). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk Skincare Di E-Commerce Shopee. <i>Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa</i> , 2(2), 287.	290	17	✓	
5	Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Situs Jual Beli Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unisma Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Jl. Mt. Haryono 193 Malang). <i>E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen</i> , 7(3).	4	17, 22	✓	
6	Arinza, A. (2021). Pengaruh Pengalaman Belanja, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online Di Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta). <i>Abstract Of Undergraduate Research, Faculty Of Economics, Bung Hatta University</i> , 19(2), 1–2.	1	8	✓	
7	Astasari, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Online Pada Mahasiswa Uny. <i>Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi</i> , 8(3), 184–192.	186	26	✓	
8	Azhari, S. P. (2022). Kemudahan Penggunaan, Resiko, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Repurchase Intention Pada Situs Belanja Online Shopee. <i>Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)</i> , 12(2), 132–138.	137	29	✓	
9	Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian	39, 40	29	✓	

	Online Secara Impulsif. <i>Relasi: Jurnal Ekonomi</i> , 18(1), 26–45.				
10	Djaali. (2020). <i>METODELOGI PENELITIAN KUANTITATIF</i> (S. Fatmawati, Ed.; cetakan kedua). Bumi Aksara.	40, 43, 107	37, 39, 40, 41	✓	
11	Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. <i>Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)</i> , 9(2), 2301–8313. https://doi.org/10.21009/Jrmsi	195, 196	5, 25, 26	✓	
12	Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. <i>Smooting</i> , 18(2), 146–150.	147	22	✓	
13	Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. <i>Maker: Jurnal Manajemen</i> , 6(1), 31–42.	6	8	✓	
14	Indani, F. T., Andriani, J., & Wahyuningsih, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Online Repurchase Intention: Intermediary Trust dan Seller Trust. <i>Jurnal Ekonomika Dan Bisnis</i> , 3(3), 396–403.	1	5	✓	
15	Kartika, M., & Ganarsih, R. L. (2019). Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau. <i>Jurnal Tepak Manajemen Bisnis</i> , 11(2), 289–307.	301,302	29	✓	
16	Kartono, R. A., & Halilah, I. (2019). Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty (Studi Pada Seller Di Bukalapak). <i>Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar</i> , 10(1), 1204–1213.	1206	15	✓	
17	Kolondam, A. C. (2018). <i>Analisis Atribut Pre-Sales Offer, Better Assortment And After Sales , Product And Its Importance Yang Mempengaruhi</i>	14,15,16,18,19	18	✓	

	<i>Pembelian Konsumen Secara Online Dan Offline.</i>				
18	Kurniawan, H. (2021). <i>Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian</i> . Deepublish.	1	41	✓	
19	Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust Dan Perceived Risk Pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). <i>Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi</i> , 2(1), 64–73.	64	14	✓	
20	Mambu, T. R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kota Tondano. <i>Productivity</i> , 2(1), 79–84.	80	4,14	✓	
21	Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [<i>Canarium Indicum L.</i>]). <i>Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan</i> , 14(3), 333–342.	335	45,46, 55, 58, 64	✓	
22	Mustafa, M. E. (n.d.). <i>Pengaruh Electronic Word Of Mouth</i> , Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Dan Kepercayaan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Pada Pengguna <i>Shopee Di Kabupaten Kebumen</i>) Mutiara Eka Mustafa.	6	30	✓	
23	Novrian, T., & Rizali, R. (N.D.). <i>Pengaruh Orientasi Belanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Perilaku Belanja Online.</i>	228	30	✓	
24	Nugraha, J. P. (2021). <i>TEORI PERILAKU KONSUMEN</i> (A. Jibril, Ed.). PT. Nasya Expanding Management.	3	6	✓	
25	Parastanti, G. P., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2014). Pengaruh Prior Online Purchase Experience Terhadap Trust Dan Online Repurchase Intention (Survey Pada Pelanggan Zalora Indonesia Melalui Website <i>Www. Zalora. Co. Id.</i>). <i>Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)</i> , 16(1).	2	2	✓	

26	Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. <i>Jurnal Manajemen Maranatha</i> , 18(1), 31–40.	32	4	✓	
27	Raviqy, M., Vaz, V., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen Pt. Muliamas Land Kendal). <i>Seiko : Journal Of Management & Business</i> , 5(1), 2022–2275. https://doi.org/10.37531/Sejaman.V5i1.2011	267	15	✓	
28	Santoso, G. (2015). Determinan Koefisien Respon Laba. <i>Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis</i> , 2(2), 69–85.	77	47	✓	
29	Septianingsih, A. (2020). <i>Analisis Perilaku Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Indonesia</i> .	18	27	✓	
30	Shabilla, P. A., Listyorini, S., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Traveloka Di Semarang). <i>Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis</i> , 11(3), 605–613.	607	22	✓	
31	Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). <i>Dasar Metodologi Penelitian</i> . Literasi Media Publishing.	65	40	✓	
32	Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. <i>Winter Journal: Imwi Student Research Journal</i> , 1(1), 41–52.	42	4, 5	✓	
33	Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. <i>Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi</i> , 4(1), 38–51.	50	28	✓	
34	Trulline, P. (2021). Pemasaran Produk Umkm Melalui Media Sosial Dan E-Commerce. <i>Jurnal Manajemen Komunikasi</i> , 5(2), 259.	267	1	✓	

35	Wachid, Z. N. (2019). <i>Studi Mengenai Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Niat Belanja Online Grabfood Di Kabupaten Lumajang.</i>	10	15	✓	
36	Yunita Dewi, R., Tri Haryono, A., & Gagah, E. (N.D.). <i>Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com). https://Kominfo.Go.Id,</i>	6	27	✓	
37	Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). <i>Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam (Vol. 5, Issue 1).</i>	24	16	✓	

Catatan dosen pembimbing:

Layak / tidak layak diuji (coret yang tidak perlu)

Madiun, 24 Juni 2024
Pembimbing I



Dwi Nila Andriani, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0702118901

Lampiran 15 Berita Acara dan Validasi Sumber Pustaka Skripsi

**BERITA ACARA BIMBINGAN DAN VALIDASI SUMBER PUSTAKA
SKRIPSI**

Pada hari Senin, 24 Juni 2024 telah dilakukan Validasi Sumber Penulisan Skripsi, atas nama mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Zulfa Istiqomah
NIM : 2002107022
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : FKIP
Judul Skripsi : Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun)

Berdasarkan hasil pembimbing dan validasi pustaka dengan rincian sebagai berikut:

- a. Isi skripsi mahasiswa yang bersangkutan telah sesuai dengan format yang memenuhi syarat.
- b. Validasi sumber pustaka berjumlah 37 sumber pustaka telah sesuai dengan yang dituliskan dalam skripsi.

Untuk nama mahasiswa di atas, berhak/tidak berhak mengikuti ujian skripsi. Demikian berita acara ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Menyetujui,
Pembimbing I



Dwi Nila Andriani, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0702118901

Madiun, 24 Juni 2024
Pembimbing II



Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0714088701

Mengetahui,

Kaprodi Pendidikan Ekonomi



Ramadhan Prasetya Wibawa, M.Pd
NIDN. 0726048801

Lampiran 16 Persetujuan Pembimbing Terhadap Artikel Ilmiah

**PERSETUJUAN PEMBIMBING TERHADAP ARTIKEL ILMIAH YANG
DIPUBLIKASIKAN**

Nama : Zulfa Istiqomah
NIM : 2002107022
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Artikel : Pengaruh *Trust* dan *Shopping Experience* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Pada Aplikasi *Shopee* Dengan Kemudahan Transaksi Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Angkatan 2020 Universitas PGRI Madiun)

Jurnal/Prosiding yang dituju : Jurnal Ilmiah Ekonomi

Menyetujui,
Pembimbing I



Dwi Nila Andriani, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0702118901

Madiun, 25 Juni 2024
Pembimbing II



Novita Erliana Sari, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0714088701

Mengetahui,
Kaprosdi Pendidikan Ekonomi



Ramadhan Prasetya Wibawa, M.Pd.
NIDN. 0726048801

Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Zulfa istiqomah, lahir di Ngawi, anak ke empat dari empat bersaudara. Menyelesaikan pendidikan di SDN Kedunggudel 2 pada tahun 2008-2014, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di MTs Darul Hikmah Ngompak tahun 2014-2017 dan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Ngrambe lulus tahun 2017-2020. Kemudian melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Universitas PGRI Madiun dengan mengambil jurusan program studi Pendidikan Ekonomi.

Semasa menjadi mahasiswa aktif dalam organisasi baik HMPS maupun UKM. Dalam organisasi HMPS sebagai anggota divisi pengembangan sumber daya manusia selama 2 periode, kemudian mengikuti 2 UKM yaitu UKM Kewirausahaan di bagian divisi Unit bisnis selama 2 periode dan UKM Kependudukan menjabat sebagai bendahara selama 2 periode. Adapun prestasi semasa menjadi mahasiswa yaitu lolos pada program pendanaan PKM PM dan Kampus Mengajar Angkatan 4 yang diselenggarakan oleh Kemendikbud.