

**PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA *E-COMMERCE*  
TERHADAP MINAT BELI SECARA *ONLINE***



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT  
BELI SECARA *ONLINE***



**Oleh:**

**Muhammad Raihan Riovanto**

**(1801619007)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PEMBIMBING DAN PENGESAHAN  
PANITIA SIDANG SKRIPSI**

“Pengaruh Kepercayaan Kepada *E-commerce* Terhadap Minat Beli Secara *Online*”

Nama Mahasiswa : Muhammad Raihan Riovanto  
 Nomor Registrasi : 1801619007  
 Jurusan/Program Studi : Psikologi  
 Tanggal Ujian : 8 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Erik, M.Si,  
 NIDN. 0001059113

Dr. Gungum Gumelar F. R, M.Si  
 NIP. 197704242006041001

**Panitia Ujian Sidang Skripsi**

| Nama   | Tandatangan | Tanggal         |
|--|-------------|-----------------|
| Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi.<br>(Penanggungjawab)*       |             | 07/09/23        |
| Dr. Gungum Gumelar, M.Si.<br>(Wakil Penanggungjawab)** |             | 21/08/23        |
| Mira Ariyani, Ph.D.<br>(Ketua Penguji)***              |             | 21 Agustus 2023 |
| Dr. Anna Armeini Rangkuti, M.Si.<br>(Anggota)****      |             | 21 Agustus 2023 |
| Anggi Mayangsari, M.Psi.<br>(Anggota)                  |             | 21 Agustus 2023 |

Catatan:

\*Dekan FPPsi

\*\*Wakil Dekan I

\*\*\*Ketua Penguji

\*\*\*\*Dosen Penguji selain pembimbing

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Muhammad Raihan Riovanto  
NIM : 1801619007  
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "Pengaruh Kepercayaan Kepada *E-commerce* Terhadap Minat Beli Secara *Online* adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Juli 2023.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 30 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Raihan Riovanto



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammed Raihan Riovanto  
NIM : 1801619007  
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi / Prodi Psikologi  
Alamat email : mriovanto@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kepercayaan kepada E-commerce Terhadap Minat Beli Secara  
Online

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 September 2023

Penulis

(  )  
nama dan tanda tangan  
M. Raihan Riovanto

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*“Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dan orang-orang yang berilmu di antara kamu sekalian”*

-Quran 58:11-

*“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”*

-Anonim-

*“Progress, not perfection”*

-Kate Larsen-

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama, Papa, Kakak, dan Adik tercinta yang telah mendukung dan mendoakan saya agar mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya juga mempersembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri karena mampu bertahan dan berjuang sampai detik ini.

MUHAMMAD RAIHAN RIOVANTO

**PENGARUH KEPERCAYAAN KEPADA *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT  
BELI SECARA *ONLINE***

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri  
Jakarta, 2023.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan kepada *e-commerce* terhadap minat beli secara *online*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan skala psikologi. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah total sampel sebanyak 206 responden yang berusia 20-40 tahun dan pernah berbelanja pada *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan JD.ID). Variabel kepercayaan diukur dengan instrumen kepercayaan (Gefen & Straub, 2004) dan variabel minat beli diukur dengan instrumen minat beli (Japariato & Adelia, 2020). Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kepercayaan kepada *e-commerce* terhadap minat beli secara *online* dengan F hitung sebesar 46,630 yang artinya lebih besar dari F tabel yang memiliki nilai 3,89 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi ( $sig\ 0,001 < 0,05$ ). Besarnya pengaruh antara kepercayaan kepada *e-commerce* terhadap minat beli secara *online* sebesar 18,6%.

**Kata kunci:** Kepercayaan, Minat Beli, *E-commerce*

MUHAMMAD RAIHAN RIOVANTO

**THE EFFECT OF TRUST IN E-COMMERCE ON ONLINE PURCHASE  
INTENTION**

Undergraduate Thesis

Jakarta: *Psychology Study Program, Faculty of Psychology Education, State University of Jakarta, 2023.*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of trust in e-commerce on online purchase intention. This study uses a quantitative method with a psychological scale. The technique used in this study was purposive sampling with a total sample of 206 respondents aged 20-40 years who had shopped at e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, and JD.ID). The trust variable is measured by the trust instrument (Gefen & Straub, 2004) and the purchase intention variable is measured by the purchase intention instrument (Japarianto & Adelia, 2020). The results of this study are that there is a significant and positive effect between trust in e-commerce on buying interest online with an F count of 46.630, which means that it is greater than F table which has a value of 3.89 ( $F \text{ count} > F \text{ table}$ ) and has a significance value equal to 0.001 which means smaller than the significance level ( $\text{sig } 0.001 < 0.05$ ). The magnitude of the influence between trust in e-commerce on buying interest online is 18.6%.*

**Keywords: Trust, Purchase Intention, E-commerce**



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat dan berkah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Kepada *E-commerce* Terhadap Minat Beli Secara *Online*” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Psikologi di Fakultas Pendidikan Universitas Negeri Jakarta. Selawat beriring salam tak lupa saya haturkan kepada Rasullullah SAW. Kemudian peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D., selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Mira Aryani, Ph.D., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Dr. Phil. Zarina Akbar, M.Psi., selaku Koordinator Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak Erik, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang tidak pernah lelah membimbing, mendukung, dan mendoakan saya hingga saat ini.
7. Bapak Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah mendukung dan mendoakan saya selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu, karena telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama proses perkuliahan.

9. Seluruh staf di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, yang selalu memberikan bantuan dan dukungan yang berkaitan dengan fasilitas perkuliahan.
10. Mama Essi, Papa Budi, Kak Shaniya, Syauqi, dan anggota keluarga lain yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan motivasi selama peneliti berkuliah hingga saat ini.
11. Salman, Gilang, Haniah, Helmi, dan Alfina, sahabat terdekat peneliti yang selalu bisa diandalkan dalam segala hal dan selalu bersedia menjadi tempat berkeluh kesah peneliti, memberikan semangat, dan mendoakan peneliti.
12. Shabrina dan Farhan, teman main yang selalu menjadi *moodbooster* peneliti.
13. Ibu Henny yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
14. Seluruh teman-teman angkatan yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah membantu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....  | <b>ii</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....  | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....   | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....  | 6           |
| 1.3 Batasan Masalah.....  | 7           |
| 1.4 Rumusan Masalah .....   | 7           |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....  | 7           |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....   | 7           |
| 1.6.1 Manfaat teoritis.....   | 7           |
| 1.6.2 Manfaat praktis.....  | 7           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....  | <b>8</b>    |
| 2.1 Minat Beli.....   | 8           |
| 2.2.1 Definisi minat beli .....   | 8           |
| 2.2.2 Dimensi minat beli .....  | 9           |
| 2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli .....                                    | 9           |
| 2.2 Kepercayaan Kepada <i>E-commerce</i> .....  | 10          |
| 2.2.1 Definisi kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> .....                                 | 10          |
| 2.2.2 Dimensi kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> .....                                  | 10          |
| 2.2.3 Faktor- faktor yang memengaruhi kepercayaan kepada <i>e-commerce</i><br>.....       | 11          |
| 2.3 <i>E-Commerce</i> .....   | 11          |
| 2.4 Hubungan antara Variabel Minat Beli dengan Kepercayaan Kepada <i>E-commerce</i> ..... | 12          |
| 2.5 Kerangka Konseptual .....   | 13          |
| 2.6 Hipotesis.....  | 14          |
| 2.7 Penelitian Terkait .....  | 14          |
| 2.7.1 Penelitian oleh Giang et al., 2022.....   | 14          |
| 2.7.2 Penelitian oleh Rosdiana et al, 2019.....   | 14          |
| 2.7.3 Penelitian oleh Shahnaz dan Wahyono, 2016 .....                                     | 15          |
| 2.7.4 Penelitian oleh Hadi et al., 2021.....  | 15          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.7.5 Penelitian oleh Joko dan Ariyanti, 2017.....                         | 15        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                     | <b>17</b> |
| 3.1 Tipe Penelitian.....   | 17        |
| 3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....             | 17        |
| 3.2.1 Definisi konseptual.....   | 17        |
| 3.2.2 Definisi operasional.....  | 18        |
| 3.3 Subjek Penelitian.....   | 18        |
| 3.3.1 Populasi.....  | 18        |
| 3.3.2 Sampel.....  | 18        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....   | 20        |
| 3.5 Instrumen Penelitian.....  | 20        |
| 3.5.1 Instrumen kepercayaan Kepada <i>e-commerce</i> .....                 | 20        |
| 3.5.2 Instrumen minat beli.....  | 22        |
| 3.6 Uji Coba Instrumen.....  | 24        |
| 3.6.1 Uji Daya Diskriminasi.....   | 24        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....  | 25        |
| 3.7 Analisis Data.....   | 26        |
| 3.8 Uji Statistik.....   | 27        |
| 3.8.1 Uji Normalitas.....  | 27        |
| 3.8.2 Uji Linearitas.....  | 27        |
| 3.8.3 Uji Korelasi.....  | 27        |
| 3.8.4 Uji Analisis Regresi.....  | 27        |
| 3.8.5 Uji Heterokedastitas.....  | 27        |
| 3.8.6 Uji Hipotesis.....   | 27        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                         | <b>28</b> |
| 4.1 Gambaran Responden.....  | 28        |
| 4.1.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....                    | 28        |
| 4.1.2 Gambaran responden berdasarkan usia.....                             | 29        |
| 4.1.3 Gambaran responden berdasarkan domisili.....                         | 30        |
| 4.1.4 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan.....                        | 31        |
| 4.1.5 Gambaran persebaran responden berdasarkan penghasilan perbulan.....  | 32        |
| 4.2 Prosedur Penelitian.....   | 33        |
| 4.2.1 Persiapan Penelitian.....  | 33        |
| 4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....  | 34        |
| 4.3 Hasil Analisis Penelitian.....   | 34        |
| 4.3.1 Data deskriptif variabel kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> ... .. | 34        |
| 4.3.2 Data Deskriptif Variabel Minat Beli.....                             | 36        |
| 4.3.3 Hasil uji linearitas.....  | 39        |
| 4.3.4 Hasil uji normalitas.....  | 40        |
| 4.3.5 Hasil uji heterokedastisitas.....                                    | 40        |
| 4.3.6 Hasil uji korelasi.....  | 41        |
| 4.3.7 Hasil uji analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis.....   | 41        |
| 4.4 Pembahasan.....  | 43        |
| 4.5 Keterbatasan Penelitian.....   | 46        |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....</b>    | <b>47</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                   | 47        |
| 5.2 Implikasi.....                                    | 47        |
| 5.3 Saran.....  | 47        |
| 5.3.1 Pihak <i>E-commerce</i> .....                   | 48        |
| 5.3.2 Konsumen.....                                   | 48        |
| 5.3.3 Penelitian Selanjutnya .....                    | 48        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                           | <b>49</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                 | <b>53</b> |
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Google Form.....     | 53        |
| Lampiran 2. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan.....      | 54        |
| Lampiran 3. Kisi-kisi Instrumen Minat Beli .....      | 57        |
| Lampiran 4. Analisis Uji Validitas.....               | 59        |
| Lampiran 5. Analisis Uji Reliabilitas .....           | 60        |
| Lampiran 6. Data Demografi.....                       | 61        |
| Lampiran 7. Data Deskriptif.....                      | 64        |
| Lampiran 8. Kategorisasi Skor.....                    | 67        |
| Lampiran 9. Uji Normalitas .....                      | 68        |
| Lampiran 10. Uji Linearitas .....                     | 69        |
| Lampiran 11. Uji Hipotesis .....                      | 70        |
| Lampiran 12. Uji Heterokedastisitas .....             | 71        |
| Lampiran 13. Uji Regresi Linear Sederhana .....       | 72        |
| Lampiran 14. Data Mentah Excel.....                   | 73        |
| Lampiran 15. Surat Pernyataan Validasi Instrumen..... | 74        |
| <b>RIWAYAT HIDUP.....</b>                             | <b>76</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Penetrasi internet di Indonesia (2018-2022).....                  | 1  |
| Gambar 1.2 Persentase 10 teratas penggunaan <i>e-commerce</i> dunia .....    | 3  |
| Gambar 1.3 Jumlah laporan kasus kejahatan siber.....                         | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....   | 13 |
| Gambar 4.1 Grafik persebaran responden berdasarkan jenis kelamin .....       | 29 |
| Gambar 4.2 Grafik persebaran responden berdasarkan usia .....                | 30 |
| Gambar 4.3 Grafik persebaran responden berdasarkan domisili.....             | 31 |
| Gambar 4.4 Grafik persebaran responden berdasarkan pekerjaan .....           | 32 |
| Gambar 4.5 Grafik persebaran responden berdasarkan penghasilan per bulan.... | 33 |



## DAFTAR TABEL

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Tabel 3.1 kisi-kisi instrumen kepercayaan .....                                      | 21                                  |
| Tabel 3.2 Norma skor instrumen kepercayaan .....                                     | 21                                  |
| Tabel 3.3 kisi-kisi instrumen minat beli .....                                       | 23                                  |
| Tabel 3.4 Norma skor instrumen minat beli .....                                      | 23                                  |
| Tabel 3.5 Uji daya diskriminasi instrumen kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> ..... | 25                                  |
| Tabel 3.6 Uji coba validitas instrumen minat beli.....                               | 25                                  |
| Tabel 3.7 Koefisien reliabilitas Guilford.....                                       | 26                                  |
| Tabel 3.8 Uji coba reliabilitas instrumen kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> ..... | 26                                  |
| Tabel 3.9 Uji coba validitas instrumen minat beli.....                               | 26                                  |
|  |                                     |
| Tabel 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin .....                         | 28                                  |
| Tabel 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia .....                                  | 29                                  |
| Tabel 4.3 Gambaran responden berdasarkan domisili.....                               | 30                                  |
| Tabel 4.4 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan .....                             | 31                                  |
| Tabel 4.5 Gambaran responden berdasarkan penghasilan per bulan.....                  | 32                                  |
| Tabel 4.6 Distribusi deskriptif variabel kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> .....  | 35                                  |
| Tabel 4.7 Kategorisasi skor instrumen kepercayaan .....                              | 36                                  |
| Tabel 4.8 Gambaran kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> laki-laki .....              | 36                                  |
| Tabel 4.9 Gambaran kepercayaan kepada <i>e-commerce</i> perempuan.....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4.10 Distribusi deskriptif variabel minat beli .....                           | 37                                  |
| Tabel 4.11 Kategorisasi skor instrumen minat beli .....                              | 38                                  |
| Tabel 4.12 Gambaran minat beli laki-laki .....                                       | 38                                  |
| Tabel 4.13 Gambaran minat beli perempuan.....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4.14 Gambaran minat beli berdasarkan pendapatan.....                           | 39                                  |
| Tabel 4.15 Hasil uji linearitas.....   | 39                                  |
| Tabel 4.16 Hasil uji heterokedastisitas .....  | 40                                  |
| Tabel 4.17 Hasil uji korelasi.....   | 41                                  |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi ANOVA.....   | 42                                  |
| Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi.....  | 42                                  |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Google Form.....     | 53 |
| Lampiran 2. Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan.....      | 54 |
| Lampiran 3. Kisi-kisi Instrumen Minat Beli .....      | 57 |
| Lampiran 4. Analisis Uji Validitas .....              | 59 |
| Lampiran 5. Analisis Uji Reliabilitas .....           | 60 |
| Lampiran 6. Data Demografi.....                       | 61 |
| Lampiran 7. Data Deskriptif.....                      | 64 |
| Lampiran 8. Kategorisasi Skor .....                   | 67 |
| Lampiran 9. Uji Normalitas.....                       | 68 |
| Lampiran 10. Uji Linearitas.....                      | 69 |
| Lampiran 11. Uji Hipotesis .....                      | 70 |
| Lampiran 12. Uji Heterokedastisitas .....             | 71 |
| Lampiran 13. Uji Regresi Linear Sederhana .....       | 72 |
| Lampiran 14. Data Mentah Excel.....                   | 73 |
| Lampiran 15. Surat Pernyataan Validasi Instrumen..... | 74 |

