

## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF DAN INTERPRETASI HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan hasil serta fakta-fakta yang diperoleh di lapangan lewat penyebaran kuesioner serta pengolahan data akan dijabarkan dalam bab ini. Hasil pengolahan serta analisis data tersebut berikutnya digunakan sebagai pondasi untuk menanggapi hipotesis riset yang sudah diajukan. Analisis data deskriptif berperan untuk menerangkan keadaan jawaban subyek riset yang berjumlah 383 kuesioner.

#### **3.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**

##### **3.1.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *IBM SPSS versi 25*. Uji validitas bertujuan untuk mengukur keabsahan suatu instrument penelitian, juga dapat dipahami sebagai suatu proses untuk menentukan apakah pengukuran setiap item yang diajukan di lapangan sesuai dengan apa yang seharusnya diukur dan kesimpulan yang dihasilkan darinya dapat mendekati fakta (Sarwono,2010. p.84).

Data yang digunakan berasal dari 383 responden yakni mahasiswa Universitas Diponegoro dan Universitas Negeri Semarang secara random. Daftar pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini diambil atas enam variabel dengan masing-masing indikator yang terlibat. Variabel dalam penelitian ini meliputi *Social presence of web* ( $X_1$ ), *Online customer review* ( $X_2$ ), *Social presence of interaction* ( $X_3$ ), Kebijakan Pengembalian ( $X_4$ ), Kepercayaan ( $Z$ ) dan Niat Beli ( $Y$ ).

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel, maka  $H_0$  tidak ditolak
- b. Jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari nilai  $r$  tabel, maka  $H_0$  ditolak

**Tabel 3.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel**

Variabel	Item/Code	r Hitung	$\approx$	r Tabel	Kesimpulan
<i>Social Presence of Web (X<sub>1</sub>)</i>	X1.1	0.748	>	0.100	Valid
	X1.2	0.844	>	0.100	Valid
	X1.3	0.831	>	0.100	Valid
	X1.4	0.833	>	0.100	Valid
	X1.5	0.757	>	0.100	Valid
<i>Online Customer Review (X<sub>2</sub>)</i>	X2.1	0.601	>	0.100	Valid
	X2.2	0.643	>	0.100	Valid
	X2.3	0.717	>	0.100	Valid
	X2.4	0.595	>	0.100	Valid
	X2.5	0.606	>	0.100	Valid
	X2.6	0.674	>	0.100	Valid
	X2.7	0.563	>	0.100	Valid
	X2.8	0.667	>	0.100	Valid
	X2.9	0.654	>	0.100	Valid
	X2.10	0.613	>	0.100	Valid
	X2.11	0.597	>	0.100	Valid
	X2.12	0.657	>	0.100	Valid
	X2.13	0.529	>	0.100	Valid
	X2.14	0.583	>	0.100	Valid
	X2.15	0.676	>	0.100	Valid
	X2.16	0.658	>	0.100	Valid
	X2.17	0.676	>	0.100	Valid
<i>Social Presence of Interaction (X<sub>3</sub>)</i>	X3.1	0.593	>	0.100	Valid
	X3.2	0.862	>	0.100	Valid
	X3.3	0.857	>	0.100	Valid
	X3.4	0.883	>	0.100	Valid
Kebijakan Pengembalian (X <sub>4</sub> )	X4.1	0.790	>	0.100	Valid
	X4.2	0.799	>	0.100	Valid
	X4.3	0.794	>	0.100	Valid
	X4.4	0.846	>	0.100	Valid
Kepercayaan (Z)	Z.1	0.526	>	0.100	Valid
	Z.2	0.691	>	0.100	Valid
	Z.3	0.535	>	0.100	Valid
	Z.4	0.694	>	0.100	Valid

	Z.5	0.676	>	0.100	Valid
	Z.6	0.704	>	0.100	Valid
	Z.7	0.715	>	0.100	Valid
	Z.8	0.742	>	0.100	Valid
	Z.9	0.745	>	0.100	Valid
	Z.10	0.596	>	0.100	Valid
	Z.11	0.743	>	0.100	Valid
	Z.12	0.711	>	0.100	Valid
	Z.13	0.676	>	0.100	Valid
	Z.14	0.731	>	0.100	Valid
Niat Beli (Y)	Y.1	0.793	>	0.100	Valid
	Y.2	0.703	>	0.100	Valid
	Y.3	0.837	>	0.100	Valid
	Y.4	0.833	>	0.100	Valid
	Y.5	0.796	>	0.100	Valid
	Y.6	0.778	>	0.100	Valid

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel 3.1 di atas, terdapat 50 item dari total 6 variabel yang diajukan dalam penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa  $r$  hitung (*corrected item-total correlation*) kelima item pada variabel *social presence of web* (X1) lebih besar dari nilai  $r$  tabel,  $r$  hitung (*corrected item-total correlation*) dari variabel *online customer review* (X2) berjumlah tujuhbelas item lebih besar dari nilai  $r$  tabel,  $r$  hitung (*corrected item-total correlation*) dari variabel *social presence of interaction* (X3) berjumlah empat item lebih besar dari nilai  $r$  tabel,  $r$  hitung (*corrected item-total correlation*) dari variabel kebijakan pengembalian (X4) berjumlah empat item lebih besar dari  $r$  tabel,  $r$  hitung (*corrected item-total correlation*) dari variabel kepercayaan (Z) berjumlah empatbelas item lebih besar dari nilai  $r$  tabel dan  $r$  hitung (*corrected item-total correlation*) dari variabel niat beli (Y) berjumlah enam item lebih besar dari nilai  $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan keseluruhan item pada setiap variabel dikatakan valid.

### 3.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji reliabilitas sebenarnya digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner, yaitu suatu indikator dari variabel dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan bersifat konsisten walaupun dengan waktu yang berbeda. Daftar pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini diambil atas enam variabel dengan masing-masing indikator yang terlibat. Variabel dalam penelitian ini meliputi *Social presence of web* ( $X_1$ ), *Online customer review* ( $X_2$ ), *Social presence of interaction* ( $X_3$ ), Kebijakan Pengembalian ( $X_4$ ), Kepercayaan ( $Z$ ) dan Niat Beli ( $Y$ ).

Program *IBM SPSS Versi 25* digunakan sebagai alat untuk menentukan hasil uji reliabilitas instrument penelitian dan *standardized item alpha* (SIA) digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Jika nilai *cronbach's alpha*  $> 0.06$  maka variabel tersebut dianggap reliabel. Sebaliknya jika nilai *cronbach's alpha* suatu variabel  $< 0.06$  maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel (Ghozali, 2018. p.46).

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Social Presence of Web</i> ( $X_1$ )	0.862	Reliabel
<i>Online Customer Review</i> ( $X_2$ )	0.903	Reliabel
<i>Social Presence of Interaction</i> ( $X_3$ )	0.821	Reliabel
Kebijakan Pengembalian ( $X_4$ )	0.818	Reliabel
Kepercayaan ( $Z$ )	0.910	Reliabel
Niat Beli ( $Y$ )	0.877	Reliabel

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas sesuai tabel di atas untuk 50 pernyataan yang telah di uji menggunakan IBM SPSS Versi 25 diketahui bahwa 50 *item* tersebut reliabel. Dinyatakan reliabel karena memiliki *Cronbach Alpha* > 0.06.

### **3.2 Deskripsi Variabel Penelitian**

Pada tahap ini akan disajikan statistik deskriptif yakni menggambarkan secara rinci mengenai jawaban 383 responden yang terlibat dalam penelitian dan kemudian ditunjukkan dalam bentuk tabel. Adapun penjelasan jawaban responden berdasarkan variabel *social presence of web*, *online customer review*, *social presence of interaction*, kebijakan pengembalian, kepercayaan dan niat beli.

#### **3.2.1 Deskripsi Variabel *Social Presence of Web* (X1)**

*Social Presence of web* merupakan kemampuan suatu situs web dalam menyampaikan rasa kehangatan dan kesosialan ketika memberikan informasi. Dalam *marketplace* Shopee setiap penjual memiliki website dan desain toko masing-masing, dengan melalui ini setiap penjual diharapkan mampu mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan melalui komunikasi non verbal yang berdampak pada kepercayaan pengunjung. Dalam penelitian ini responden diminta untuk menjawab pernyataan terkait *social presence of web* yang ada pada toko di *marketplace* Shopee.

##### **3.2.1.1 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator**

Variabel *social presence of web* dalam penelitian ini diukur melalui 5 butir pernyataan yang memiliki indikator rasa kehadiran kontak manusia di web penjual,

rasa kehadiran sosial di web penjual. Adapun rekapitulasi hasil jawaban dari responden mengenai variabel *social presence of web* dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Indikator Rasa Kehangatan Situs Web Item Rasa Kontak Manusia**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X1.1</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	55	275	14,36	
Setuju	248	992	64,75	
Kurang Setuju	61	183	15,93	
Tidak Setuju	17	34	4,44	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1486</b>	<b>100</b>	<b>3,88</b>

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai tabel di atas pada indikator rasa kehangatan situs *web* yang mengukur *item* konsumen merasa ada rasa kontak manusia dalam *web* penjual di Shopeedi pernyataan X1.1, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.88 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *Web* penjual di Shopee memberikan rasa kontak manusia kepada konsumen.

**Tabel 3.4**  
**Indikator Rasa Kehangatan Situs Web Item Rasa Kehangatan Manusia**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X1.2</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	42	210	10,97	
Setuju	181	724	47,26	
Kurang Setuju	126	378	32,90	
Tidak Setuju	32	64	8,36	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1378</b>	<b>100</b>	<b>3,60</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa kehangatan situs *web* yang mengukur *item* konsumen merasa ada rasa kehangatan manusia dalam *web* penjual di Shopee di pernyataan X1.2, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.60 yang termasuk dalam kategori sedang. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *web* penjual di Shopee memberikan rasa kehangatan manusia kepada konsumen.

**Tabel 3.5**  
**Indikator Rasa Kehangatan Situs Web Item Rasa Kepekaan Manusia**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X1.3</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	42	210	10,97	
Setuju	223	892	58,22	
Kurang Setuju	96	288	25,07	
Tidak Setuju	20	40	5,22	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1432</b>	<b>100</b>	<b>3,74</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa kehangatan situs *web* yang mengukur *item* konsumen merasa ada rasa kepekaan manusia dalam *web* penjual di Shopee di pernyataan X1.3, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.74 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan *web* penjual di Shopee memberikan rasa kepekaan manusia kepada konsumen.

**Tabel 3.6**  
**Indikator Rasa Kesosialan Situs Web Item Rasa Personal Manusia**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X1.4</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	42	210	10,97	
Setuju	224	896	58,49	
Kurang Setuju	92	276	24,02	
Tidak Setuju	21	42	5,48	
Sangat Tidak Setuju	4	4	1,04	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1428</b>	<b>100</b>	<b>3,73</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa kesosialan situs *web* yang mengukur *item* konsumen merasa ada rasa personal manusia dalam *web* penjual di Shopee di pernyataan X1.4, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.73 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *web* penjual di Shopee memberikan rasa personal manusia kepada konsumen.

**Tabel 3.7**  
**Indikator Rasa Kesosialan Situs Web Item Perasaan Bersosialisasi**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X1.5</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	49	245	12,79	
Setuju	221	884	57,70	
Kurang Setuju	92	276	24,02	
Tidak Setuju	19	38	4,96	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1445</b>	<b>100</b>	<b>3,77</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa kesosialan situs *web* yang mengukur *item* konsumen merasa ada perasaan bersosialisasi dalam *web* penjual di



Shopee di pernyataan X1.5, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.77 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *web* penjual di Shopee memberikan rasa bersosialisasi kepada konsumen.

### 3.2.1.2 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

**Tabel 3.8**  
**Variabel *Social Of Web* Indikator Rasa Kehangatan Situs Web Dan Rasa Kesosialan Situs Web**  
**N = 383**

Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Variabel X1						F	Skor	%	Mean
Jawaban	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5				
SS	55	42	42	42	49	230	1150	12,01	
S	248	181	223	224	221	1097	4388	57,28	
KS	61	126	96	92	92	467	1401	24,39	
TS	17	32	20	21	19	109	218	5,69	
STS	2	2	2	4	2	12	12	0,63	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>1915</b>	<b>7169</b>	<b>100</b>	<b>3,74</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada variabel *social presence of web*, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.74 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *social presence of web* penjual di Shopee memiliki nilai tinggi bagi pembeli *online*.

### 3.2.2 Hasil Kategorisasi Variabel *Social Presence of Web* (X1)

Menurut Suryadi (2019. p.198) penetapan kategorisasi biasa dilakukan berdasarkan data tertinggi dan terendah. Kategorisasi ini ditetapkan dari data jawaban responden menggunakan kategori kelas dengan menggunakan tabel

distribusi frekuensi. Adapun interval untuk kategorisasi variabel *social presence of web* dengan cara sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K}$$

I : Lebar interval

R : (Jumlah pernyataan × skor tertinggi) – (Jumlah pernyataan × skor terendah)

K : Kategori atau kelas

Adapun kategorisasi variabel *social presence of web* yaitu :

$$I = \frac{(5 \times 5) - (5 \times 1)}{3}$$

$$I = \frac{25 - 5}{3}$$

$$I = 6,66$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapatkan bahwa interval antara batas atas dan batas bawah yang dibagi menjadi tiga (3) kategori yaitu “tinggi”, “sedang”, dan “rendah”. Setiap kategori memiliki 6.66 rentang data. Hasil klasifikasi dari variabel *social presence of web* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.9**  
**Kategorisasi Variabel *Social Presence of Web***  
**N = 383**

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	18,34 - 25	235	61,36
Sedang	11,67 - 18,33	137	35,77
Rendah	5 - 11,66	11	2,87
Total		383	100

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai tabel di atas secara keseluruhan variabel *social presence of web* dikatakan sangat baik karena 235 jawaban responden masuk dalam kategori tinggi,

137 jawaban responden masuk dalam kategori sedang dan 11 jawaban responden masuk dalam kategori rendah.

### 3.2.3 Deskripsi Variabel *Online Customer Review* (X2)

*Online customer review* tanggapan dan evaluasi yang dilakukan oleh konsumen lain terhadap informasi hasil evaluasi produk dan layanan yang diberikan, yang kemudian akan dipublikasikan di situs web penjual atau toko. Melalui fitur ini pengunjung dapat menilai produk dan layanan penjual melalui pihak ketiga. Dalam penelitian ini responden diminta untuk menjawab pernyataan terkait *online customer review* yang ada pada toko di *marketplace* Shopee.

#### 3.2.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator

Variabel *online customer review* yang diukur melalui 17 butir pernyataan yang memiliki indikator *perceived usefulness*, *perceived enjoyment* dan *perceived control*. Hasil jawaban dari responden mengenai variabel *online customer review* dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.10**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Meningkatkan Kinerja Belanja**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.1</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	157	785	40,99%	
Setuju	200	800	52,22%	
Kurang Setuju	25	75	6,53%	
Tidak Setuju	1	2	0,26%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1662</b>	<b>100%</b>	<b>4,34</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk meningkatkan kinerja belanja di pernyataan X2.1, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.34 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee dapat meningkatkan kinerja belanja bagi konsumen.

**Tabel 3.11**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Meningkatkan Efektifitas Belanja**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.2</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	172	860	44,91%	
Setuju	195	780	50,91%	
Kurang Setuju	11	33	2,87%	
Tidak Setuju	4	8	1,04%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1682</b>	<b>100%</b>	<b>4,39</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk meningkatkan efektifitas belanjadi pernyataan X2.2, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.39 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee dapat meningkatkan efektifitas belanja bagi konsumen.

**Tabel 3.12**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Meningkatkan**  
**Produktifitas Belanja**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.3</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	143	715	37,34%	
Setuju	199	796	51,96%	
Kurang Setuju	33	99	8,62%	
Tidak Setuju	7	14	1,83%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1625</b>	<b>100%</b>	<b>4,24</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk meningkatkan produktivitas berbelanja pernyataan X2.3, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.24 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee dapat meningkatkan produktivitas belanja bagi konsumen.

**Tabel 3.13**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Berguna Saat Berbelanja**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.4</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	197	985	51,44%	
Setuju	170	680	44,39%	
Kurang Setuju	14	42	3,66%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1711</b>	<b>100%</b>	<b>4,47</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen menilai ulasan *online* pelanggan Shopee berguna saat

berbelanja di pernyataan X2.4, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.47 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee berguna saat berbelanja bagi konsumen.

**Tabel 3.14**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Memudahkan Saat Berbelanja**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.5</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	189	945	49,35%	
Setuju	178	712	46,48%	
Kurang Setuju	14	42	3,66%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1703</b>	<b>100%</b>	<b>4,45</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk memudahkan saat berbelanja di pernyataan X2.5, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.45 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee memudahkan konsumen saat berbelanja.

**Tabel 3.15**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Memudahkan Mencari**  
**Dan Menemukan Informasi Produk**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.6</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	183	915	47,78%	
Setuju	174	696	45,43%	
Kurang Setuju	21	63	5,48%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1682</b>	<b>100%</b>	<b>4,39</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk memudahkan mencari dan menemukan informasi tentang produk di pernyataan X2.6, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.39 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee memudahkan konsumen untuk mencari dan menemukan informasi tentang produk.

**Tabel 3.16**  
**Indikator *Perceived Usefulness* Item Ulasan *Online* Menyelesaikan Tugas**  
**Belanja Lebih Cepat**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.7</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	122	610	31,85%	
Setuju	208	832	54,31%	
Kurang Setuju	46	138	12,01%	
Tidak Setuju	5	10	1,31%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1592</b>	<b>100%</b>	<b>4,16</b>

Sumber: Data primer, 2021`

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived usefulness* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk menyelesaikan tugas berbelanja lebih cepat di pernyataan X2.7, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.16 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee dapat menyelesaikan tugas berbelanja lebih cepat bagi konsumen.

**Tabel 3.17**  
**Indikator *Perceived Enjoyment* Item Layanan Ulasan *Online* Tidak Rumit**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.8</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	118	590	30,81%	
Setuju	230	920	60,05%	
Kurang Setuju	31	93	8,09%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1610</b>	<b>100%</b>	<b>4,20</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived enjoyment* yang mengukur *item* konsumen menilai ulasan *online* pelanggan Shopee tidak rumit dipernyataan X2.8, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.20 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee tidak rumit bagi pembeli.



**Tabel 3.18**  
**Indikator *Perceived Enjoyment* Item Layanan Ulasan *Online* Tidak**  
**Membbingungkan**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.9</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	100	500	26,11%	
Setuju	248	992	64,75%	
Kurang Setuju	31	93	8,09%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1591</b>	<b>100%</b>	<b>4,15</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived enjoyment* yang mengukur *item* konsumen menilai ulasan *online* pelanggan Shopee tidak membingungkan di pernyataan X2.9, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.15 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee tidak membingungkan bagi pembeli.

**Tabel 3.19**  
**Indikator *Perceived Enjoyment* Item Layanan Ulasan *Online* Tidak**  
**Membutuhkan Banyak Pekerjaan Sebagai Pembaca**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.10</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	88	440	22,98%	
Setuju	238	952	62,14%	
Kurang Setuju	45	135	11,75%	
Tidak Setuju	9	18	2,35%	
Sangat Tidak Setuju	3	3	0,78%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1548</b>	<b>100%</b>	<b>4,04</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived enjoyment* yang mengukur *item* konsumen menilai layanan ulasan *online* pelanggan Shopee tidak

membutuhkan banyak pekerjaan sebagai pembacadi pernyataan X2.10, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.04 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee tidak membutuhkan banyak pekerjaan sebagai pembaca bagi pembeli.

**Tabel 3.20**  
**Indikator *Perceived Enjoyment* Item Layanan Ulasan *Online* Tidak**  
**Membutuhkan Banyak Usaha**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.11</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	92	460	24,02%	
Setuju	242	968	63,19%	
Kurang Setuju	41	123	10,70%	
Tidak Setuju	6	12	1,57%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1565</b>	<b>100%</b>	<b>4,09</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived enjoyment* yang mengukur *item* konsumen menilai layanan ulasan *online* pelanggan Shopee tidak membutuhkan banyak usahadi pernyataan X2.11, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.09 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee tidak membutuhkan banyak usaha bagi pembeli.

**Tabel 3.21**  
**Indikator *Perceived Enjoyment* Item Layanan Ulasan *Online* Mudah Untuk Dipahami**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.12</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	108	540	28,20%	
Setuju	259	1036	67,62%	
Kurang Setuju	14	42	3,66%	
Tidak Setuju	1	2	0,26%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1621</b>	<b>100%</b>	<b>4,23</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived enjoyment* yang mengukur *item* konsumen merasa mudah untuk memahami ulasan *online* pelanggan Shopee dipernyataan X2.12, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.23 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee mudah untuk dipahami bagi pembeli.

**Tabel 3.22**  
**Indikator *Perceived Enjoyment* Item Interaksi Melalui Ulasan *Online* Jelas Dan Dapat Dimengerti**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.13</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	73	365	19,06%	
Setuju	227	908	59,27%	
Kurang Setuju	71	213	18,54%	
Tidak Setuju	10	20	2,61%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1508</b>	<b>100%</b>	<b>3,94</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived enjoyment* yang mengukur *item* konsumen merasa interaksi dengan pelanggan *online* lain di Shopee jelas dan dapat dimengerti di pernyataan X2.13, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.94 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa interaksi dengan pelanggan *online* lain di Shopee jelas dan dapat dimengerti bagi pembeli.

**Tabel 3.23**  
**Indikator *Perceived Control* Menggunakan Ulasan *Online* Untuk Mengontrol Belanja**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.14</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	88	440	22,98%	
Setuju	230	920	60,05%	
Kurang Setuju	53	159	13,84%	
Tidak Setuju	9	18	2,35%	
Sangat Tidak Setuju	3	3	0,78%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1540</b>	<b>100%</b>	<b>4,02</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived control* yang mengukur *item* konsumen menggunakan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk mengontrol belanja di pernyataan X2.14 diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.02 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee dapat mengontrol belanja bagi pembeli.

**Tabel 3.24**  
**Indikator *Perceived Control* Item Ulasan *Online* Memiliki Pengaruh**  
**Langsung Dalam Menemukan Informasi**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.15</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	127	635	33,16%	
Setuju	221	884	57,70%	
Kurang Setuju	33	99	8,62%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1622</b>	<b>100%</b>	<b>4,23</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived control* yang mengukur *item* konsumen merasa ulasan *online* pelanggan Shopee memiliki pengaruh langsung dalam menemukan informasi yang dibutuhkan di pernyataan X2.15, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.23 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa ulasan *online* pelanggan Shopee memiliki pengaruh langsung dalam menemukan informasi yang dibutuhkan bagi pembeli.

**Tabel 3.25**  
**Indikator *Perceived Control* Item Memperhatikan Ulasan *Online* Untuk**  
**Memahami Informasi**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.16</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	119	595	31,07%	
Setuju	236	944	61,62%	
Kurang Setuju	26	78	6,79%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1621</b>	<b>100%</b>	<b>4,23</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived control* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk memahami informasi yang diperlukan dipernyataan X2.16, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.23 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee memberikan pemahaman informasi yang diperlukan bagi pembeli.

**Tabel 3.26**  
**Indikator *Perceived Control* Item Memperhatikan Ulasan *Online* Untuk**  
**Memberi *Control* atas Proses Layanan**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X2.17</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	110	550	28,72%	
Setuju	221	884	57,70%	
Kurang Setuju	45	135	11,75%	
Tidak Setuju	5	10	1,31%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1581</b>	<b>100%</b>	<b>4,13</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *perceived control* yang mengukur *item* konsumen memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee untuk memberi kontrol lebih besar atas proses layanan di pernyataan X2.17, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.13 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa memperhatikan ulasan *online* pelanggan Shopee dapat memberi kontrol lebih besar atas proses layanan bagi pembeli.

### 3.2.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

**Tabel 3.27**  
**Variabel *Online Customer Review* Indikator *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment* Dan *Perceived Control***  
**N = 383**

Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Variabel X2																	F	Skor	%		
Jawaban	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16					X2.17
SS	157	172	143	197	189	183	122	118	100	88	92	108	73	88	127	119	110	2186	10930	33,57	<b>Mean</b>
S	200	195	199	170	178	174	208	230	248	238	242	259	227	230	221	236	221	3676	14704	56,46	
KS	25	11	33	14	14	21	46	31	31	45	41	14	71	53	33	26	45	554	1662	8,51	
TS	1	4	7	2	2	3	5	3	2	9	6	1	10	9	2	2	5	73	146	1,12	
STS	0	1	1	0	0	2	2	1	2	3	2	1	2	3	0	0	2	22	22	0,34	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>6511</b>	<b>27464</b>	<b>100</b>	

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada variabel *online customer review*, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.22 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *online customer review* di Shopee memiliki nilai tinggi bagi pembeli *online*.

### 3.2.4 Hasil Kategorisasi Variabel *Online Customer Review* (X2)

Adapun interval untuk kategorisasi variabel *online customer review* sebagai berikut:

$$I = \frac{(17 \times 5) - (17 \times 1)}{3}$$

$$I = \frac{85 - 17}{3}$$

$$I = 22.66$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapatkan bahwa interval antara batas atas dan batas bawah yang dibagi menjadi tiga (3) kategori yaitu “tinggi”, “sedang”

dan “rendah”. Setiap kategori memiliki 22.66 rentang data. Hasil klasifikasi dari variabel *online customer review* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.28**  
**Kategorisasi Variabel *Online Customer Review***  
**N = 383**

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	62,34 – 85	354	92,43
Sedang	39,67 - 62,33	29	7,57
Rendah	17 - 39,66	0	0,00
Total		383	100

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas, secara keseluruhan variabel *online customer review* dikatakan sangat baik, karena jawaban 354 responden berada pada kategori tinggi dan 29 responden berada pada kategori sedang.

### 3.2.5 Deskripsi Variabel *Social Presence of Interaction*.

*Social presence of interaction* merupakan interaksi langsung antara penjual *online* dan pembeli *online* yang dimediasi oleh komputer. Melalui fitur ini pengunjung dapat memperoleh informasi langsung terkait produk pada pihak penjual. Dalam penelitian ini responden diminta untuk menjawab pernyataan terkait *social presence of interaction* yang ada pada toko di *marketplace* Shopee.

#### 3.2.5.1 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator

Variabel *social presence of interaction* yang diukur melalui 4 butir pernyataan yang memiliki indikator rasa kehadiran sosial penjual melalui papan obrolan dan Rasa sentuhan manusia melalui papan obrolan hasil jawaban dari responden mengenai variabel *social presence of interaction* sebagai berikut:



**Tabel 3.29**  
**Indikator Rasa Kehadiran Sosial Penjual Di Papan Obrolan Item**  
**Berinteraksi melalui Papan Obrolan Dapat Memahami Sikap Penjual**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X3.1</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	103	515	26,89%	
Setuju	214	856	55,87%	
Kurang Setuju	58	174	15,14%	
Tidak Setuju	7	14	1,83%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1560</b>	<b>100%</b>	<b>4,07</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa kehadiran sosial penjual melalui papan obrolan yang mengukur *item* berinteraksi melalui papan obrolan Shopee dapat memahami sikap penjual *online* dipernyataan X3.1, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.07 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa berinteraksi melalui papan obrolan Shopee dapat memahami sikap penjual *online* bagi pengunjung.

**Tabel 3.30**  
**Indikator Rasa Kehadiran Sosial Penjual Di Papan Item Berinteraksi**  
**Melalui Papan Obrolan dapat Membayangkan Penampilan Penjual**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X3.2</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	67	335	17,49%	
Setuju	139	556	36,29%	
Kurang Setuju	117	351	30,55%	
Tidak Setuju	46	92	12,01%	
Sangat Tidak Setuju	14	14	3,66%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1348</b>	<b>100%</b>	<b>3,52</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa kehadiran sosial penjual melalui papan obrolan yang mengukur *item* berinteraksi melalui papan obrolan Shopee dapat membayangkan bagaimana penampilan penjual *online* di pernyataan X3.2, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,52 yang termasuk dalam kategori sedang. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa berinteraksi melalui papan obrolan dapat membayangkan bagaimana penampilan penjual *online* bagi pengunjung.

**Tabel 3.31**  
**Indikator Rasa Sentuhan Manusia Melalui Papan Obrolan Item Berinteraksi Melalui papan Obrolan Dapat Memberikan Sentuhan Manusia**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X3.3</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	49	245	12,79%	
Setuju	186	744	48,56%	
Kurang Setuju	101	303	26,37%	
Tidak Setuju	34	68	8,88%	
Sangat Tidak Setuju	13	13	3,39%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1373</b>	<b>100%</b>	<b>3,58</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa sentuhan manusia melalui papan obrolan yang mengukur *item* berinteraksi melalui papan obrolan Shopee dapat memberikan sentuhan manusia di pernyataan X3.3, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,58 yang termasuk dalam kategori sedang. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa berinteraksi melalui papan obrolan dapat membayangkan bagaimana penampilan penjual bagi pengunjung.

**Tabel 3.32**  
**Indikator Rasa Sentuhan Manusia Melalui Papan Obrolan Item Berinteraksi Melalui Papan Obrolan Dapat Memberikan Rasa Hangat**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X3.4</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	55	275	14,36%	
Setuju	160	640	41,78%	
Kurang Setuju	117	351	30,55%	
Tidak Setuju	39	78	10,18%	
Sangat Tidak Setuju	12	12	3,13%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1356</b>	<b>100%</b>	<b>3,54</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator rasa sentuhan manusia melalui papan obrolan yang mengukur *item* berinteraksi melalui papan obrolan dapat memberikan rasa hangat di pernyataan X3.4, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,54 yang termasuk dalam kategori sedang. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa berinteraksi melalui papan obrolan dapat memberikan rasa hangat bagi pengunjung.

### 3.2.5.2 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

**Tabel 3.33**  
**Variabel *Social Presence of Interaction* Indikator Rasa Kehadiran Manusia Melalui Papan Obrolan Dan Rasa Sentuhan Manusia Melalui Papan Obrolan**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Variabel X3</b>					<b>F</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
<b>Jawaban</b>	<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X3.4</b>				
SS	103	67	49	55	274	1370	17,89	
S	214	139	186	160	699	2796	45,63	
KS	58	117	101	117	393	1179	25,65	
TS	7	46	34	39	126	252	8,22	
STS	1	14	13	12	40	40	2,61	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>1532</b>	<b>5637</b>	<b>100</b>	<b>3,68</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada variabel *social presence of interaction*, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.68 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa *social presence of interaction* di Shopee memiliki nilai tinggi bagi pembeli *online*.

### 3.2.6 Hasil Kategorisasi Variabel *Social Presence of Interaction* (X3)

Adapun interval untuk kategorisasi variabel *Social Presence of Interaction* sebagai berikut:

$$I = \frac{(4 \times 5) - (4 \times 1)}{3}$$

$$I = \frac{20 - 4}{3}$$

$$I = 5,33$$

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan bahwa interval antara batas atas dan batas bawah yang dibagi menjadi tiga (3) kategori yaitu “tinggi”, “sedang” dan “rendah”. Setiap kategori memiliki 5.33 rentang data. Hasil klasifikasi dari variabel *social presence of interaction* adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.34**  
**Kategorisasi Variabel *Social Presence of Interaction***  
**N = 383**

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	14,68 - 20,01	214	55,87
Sedang	9,34 - 14,67	152	39,69
Rendah	4 - 9,33	17	4,44
Total		383	100

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas secara keseluruhan variabel *social presence of interaction* dikatakan baik karena jawaban 214 responden berada pada kategori

tinggi, 152 responden berada pada kategori sedang dan 17 responden berada pada kategori rendah.

### 3.2.7 Deskripsi Variabel Kebijakan Pengembalian

Kebijakan pengembalian adalah sinyal resmi dan komitmen penjual online untuk pemulihan layanan. Perusahaan menggunakan kebijakan pengembalian untuk memberi sinyal kepada pembeli tentang kemurahan hati, fleksibilitas dan toleransi. Melalui fitur ini pengunjung dapat kelonggaran, fleksibel dan toleransi apabila barang pembelian mengalami cacat, dan sebagainya. Penelitian ini responden diminta untuk menjawab pernyataan terkait kebijakan pengembalian yang ada pada toko di *marketplace* Shopee.

#### 3.2.7.1 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator

Variabel kebijakan pengembalian yang diukur melalui 4 butir pernyataan yang memiliki indikator pengembalian yang fleksibel dan pengembalian yang mudah. Hasil jawaban dari responden mengenai variabel kebijakan pengembalian dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.35**  
**Indikator Pengembalian Fleksibel Item Pengembalian Dengan Kriteria**  
**Persyaratan Mudah Dan Fleksibel**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X4.1</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	48	240	12,53%	
Setuju	240	960	62,66%	
Kurang Setuju	83	249	21,67%	
Tidak Setuju	9	18	2,35%	
Sangat Tidak Setuju	3	3	0,78%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1470</b>	<b>100%</b>	<b>3,84</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator pengembalian fleksibel yang mengukur *item* menurut konsumen penjual di Shopee mengidentifikasi pengembalian menggunakan kriteria persyaratan yang mudah dan fleksibel di pernyataan X4.1, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,84 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee mengidentifikasi pengembalian menggunakan kriteria persyaratan yang mudah dan fleksibel bagi pengunjung.

**Tabel 3.36**  
**Indikator Pengembalian Yang Fleksibel Item Memberikan Waktu**  
**Pengembalian Yang Wajar**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X4.2</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	51	255	13,32%	
Setuju	262	1048	68,41%	
Kurang Setuju	65	195	16,97%	
Tidak Setuju	5	10	1,31%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1508</b>	<b>100%</b>	<b>3,94</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator pengembalian fleksibel yang mengukur *item* menurut konsumen Shopee memberikan waktu pengembalian yang wajar di pernyataan X4.2, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,94 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa Shopee memberikan waktu pengembalian yang wajar bagi pembeli.

**Tabel 3.37**  
**Indikator Pengembalian Yang Mudah Item Menggunakan Biaya**  
**Pengembalian Yang Wajar**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X4.3</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	38	190	9,92%	
Setuju	267	1068	69,71%	
Kurang Setuju	74	222	19,32%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1487</b>	<b>100%</b>	<b>3,88</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator pengembalian yang mudah untuk mengukur *item* menurut konsumen penjual di Shopee mengenakan biaya pengembalian yang wajar di pernyataan X4.3, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,88 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee mengenakan biaya pengembalian yang wajar bagi pembeli.

**Tabel 3.38**  
**Indikator Pengembalian Yang Mudah Item Menjanjinkan Mode**  
**Pengembalian Yang Mudah**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan X4.4</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	52	260	13,58%	
Setuju	224	896	58,49%	
Kurang Setuju	90	270	23,50%	
Tidak Setuju	14	28	3,66%	
Sangat Tidak Setuju	3	3	0,78%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1457</b>	<b>100%</b>	<b>3,80</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator pengembalian yang mudah untuk mengukur *item* menurut konsumen penjual di Shopee menjanjikan mode

pengembalian yang mudah dipernyataan X4.4, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3,80 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee menjanjikan mode pengembalian yang mudah bagi pembeli.

### 3.2.7.2 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

**Tabel 3.39**  
**Variabel Kebijakan Pengembalian Indikator Pengembalian Fleksibel Dan**  
**Pengembalian Mudah**  
**N = 383**

Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Variabel X4					F	Skor	%	Mean
Jawaban	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4				
SS	48	51	38	52	189	945	12,34	
S	240	262	267	224	993	3972	64,82	
KS	83	65	74	90	312	936	20,37	
TS	9	5	3	14	31	62	2,02	
STS	3	0	1	3	7	7	0,46	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>1532</b>	<b>5922</b>	<b>100</b>	<b>3,87</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada variabel kebijakan pengembalian, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.87 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa kebijakan pengembalian di Shopee memiliki nilai tinggi bagi pembeli *online*.

### 3.2.8 Hasil Kategorisasi Variabel Kebijakan Pengembalian (X4)

Adapun interval untuk kategorisasi variabel kebijakan pengembalian sebagai berikut:

$$I = \frac{(4 \times 5) - (4 \times 1)}{3}$$



$$I = \frac{20 - 4}{3}$$

$$I = 5,33$$

Berdasarkan perhiungan di atas di dapatkan bahwa interval antara batas atas dan batas bawah yang dibagi menjadi tiga (3) kategori yaitu “tinggi”, “sedang” dan “rendah”. Setiap kategori memiliki 5.33 rentang data. Hasil klasifikasi dari variabel kebijakan pengembalian adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.40**  
**Kategorisasi Variabel Kebijakan Pengembalian**  
**N = 383**

<b>Kategori</b>	<b>Interval</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	14,68 - 20,01	273	71,28
Sedang	9,34 - 14,67	107	27,94
Rendah	4 - 9,33	3	0,78
Total		383	100

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas, secara keseluruhan variabel kebijakan pengembalian dikatakan sangat baik, karena 273 responden berada pada kategori tinggi, 107 responden berada pada kategori sedang dan 3 responden berada pada kategori rendah.

### **3.2.9 Deskripsi Variabel Kepercayaan.**

Kepercayaan adalah sikap bahwa pembeli bersedia untuk mengandalkan mitra bisnis mereka, yang tergantung pada banyak faktor antar pribadi dan antar organisasi termasuk kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebajikan yang dapat dipahami. Melalui kepercayaan ini pembelin akan secara penuh merasakan kenyamanan dalam melakukan transaksi yang dilakukan secara *online*. Dalam

penelitian ini responden diminta untuk menjawab pernyataan terkait kepercayaan pembeli.

### 3.2.9.1 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator

Variabel kepercayaan diukur melalui 14 butir pernyataan yang memiliki indikator *predictability*, *Benevolence*, *integritas* dan *competence*. Hasil jawaban dari responden mengenai variabel kebijakan pengembalian dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.41**  
**Indikator *Predictability* Item Penjual Memiliki Reputasi Baik**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.1</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	88	440	22,98%	
Setuju	262	1048	68,41%	
Kurang Setuju	32	96	8,36%	
Tidak Setuju	1	2	0,26%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1586</b>	<b>100%</b>	<b>4,14</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *predictability* untuk mengukur *item* menurut konsumen Shopee memiliki reputasi baik di pernyataan Z.1, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.14 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa Shopee memiliki reputasi baik bagi pelanggan.

**Tabel 3.42**  
**Indikator *Predictability* Item Pembeli Percaya Penjual Menyampaikan**  
**Informasi Secara Terbuka**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.2</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	58	290	15,14%	
Setuju	247	988	64,49%	
Kurang Setuju	71	213	18,54%	
Tidak Setuju	6	12	1,57%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1504</b>	<b>100%</b>	<b>3,93</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *predictability* untuk mengukur *item* menurut konsumen penjudi Shopee menyampaikan informasi secara terbuka di pernyataan Z.2, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.93 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee menyampaikan informasi secara terbuka bagi pembeli.

**Tabel 3.43**  
**Indikator *Predictability* Item Pembeli Percaya Transaksi Yang Dilakukan**  
**Dengan Penjual Aman**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.3</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	79	395	20,63%	
Setuju	256	1024	66,84%	
Kurang Setuju	47	141	12,27%	
Tidak Setuju	1	2	0,26%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1562</b>	<b>100%</b>	<b>4,08</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *predictability* untuk mengukur *item* konsumen percaya transaksi yang dilakukan dengan penjual di Shopee amandi pernyataan Z.3, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.08 yang termasuk

dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa transaksi yang dilakukan dengan penjual di Shopee aman bagi pembeli.

**Tabel 3.44**  
**Indikator *Benevolence* Item Penjual Akan Bertindak Terbaik Demi Kepentingan Pembeli**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.4</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	64	320	16,71%	
Setuju	238	952	62,14%	
Kurang Setuju	78	234	20,37%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1512</b>	<b>100%</b>	<b>3,95</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *benevolence* untuk mengukur *item* konsumen percaya bahwa penjual di Shopee akan bertindak demi kepentingan terbaik konsumen di pernyataan Z.4, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.95 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee akan bertindak demi kepentingan konsumen.

**Tabel 3.45**  
**Indikator *Benevolence* Item Penjual Melakukan Yang Terbaik Untuk Membantu Pembeli**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.5</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	47	235	12,27%	
Setuju	257	1028	67,10%	
Kurang Setuju	74	222	19,32%	
Tidak Setuju	4	8	1,04%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1494</b>	<b>100%</b>	<b>3,90</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *benevolence* untuk mengukur *item* jika konsumen membutuhkan bantuan penjual di Shopee akan melakukan yang terbaik untuk membantunya di pernyataan Z.5, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.90 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee melakukan yang terbaik apabila konsumen memerlukan bantuannya.

**Tabel 3.46**  
**Indikator *Benevolence* Penjual Tertarik Dengan Kesejahteraan Dan Kebaikan Pembeli**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.6</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	53	265	13,84%	
Setuju	234	936	61,10%	
Kurang Setuju	85	255	22,19%	
Tidak Setuju	11	22	2,87%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1478</b>	<b>100%</b>	<b>3,86</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *benevolence* untuk mengukur *item* konsumen percaya penjual di Shopee tertarik dengan kesejahteraan dan kebaikan konsumen di pernyataan Z.6, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.86 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee tertarik dengan kesejahteraan dan kebaikan konsumen.

**Tabel 3.47**  
**Indikator *Integritas* Pembeli Percaya Penjual Dapat Diandalkan**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.7</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	42	210	10,97%	
Setuju	229	916	59,79%	
Kurang Setuju	98	294	25,59%	
Tidak Setuju	12	24	3,13%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1446</b>	<b>100%</b>	<b>3,78</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *integritas* untuk mengukur *item* konsumen percaya janji yang dibuat oleh penjual di Shopee kemungkinan besar dapat diandalkan di pernyataan Z.7, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.78 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa janji yang dibuat oleh penjual di Shopee dapat diandalkan.

**Tabel 3.48**  
**Indikator *Integritas* Pembeli Percaya Kejujuran Penjual Tidak Meragukan**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.8</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	51	255	13,32%	
Setuju	211	844	55,09%	
Kurang Setuju	105	315	27,42%	
Tidak Setuju	15	30	3,92%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1445</b>	<b>100%</b>	<b>3,77</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *integritas* untuk mengukur *item* konsumen tidak meragukan kejujuran penjual di Shopee di pernyataan Z.8, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.77 yang termasuk dalam kategori

tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee tidak meragukan.

**Tabel 3.49**  
**Indikator *Integritas* Item Pembeli Percaya Penjual Tulus Dan Asli**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.9</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	44	220	11,49%	
Setuju	212	848	55,35%	
Kurang Setuju	113	339	29,50%	
Tidak Setuju	14	28	3,66%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1435</b>	<b>100%</b>	<b>3,75</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *integritas* yang mengukur *item* konsumen percaya penjual di Shopee tulus dan asli di pernyataan Z.9, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.75 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee tulus dan asli.

**Tabel 3.50**  
**Indikator *Integritas* Item Pembeli Berharap Penjual Menepati Janji**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.10</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	85	425	22,19%	
Setuju	237	948	61,88%	
Kurang Setuju	55	165	14,36%	
Tidak Setuju	6	12	1,57%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1550</b>	<b>100%</b>	<b>4,05</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *integritas* yang mengukur *item* konsumen berharap penjual di Shopee akan menepati janji yang dibuatnya di

pernyataan Z.10, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.05 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee menepati janji yang dibuatnya.

**Tabel 3.51**  
**Indikator *Competence* Pembeli Percaya Penjual Kompeten dan Efektif**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.11</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	46	230	12,01%	
Setuju	255	1020	66,58%	
Kurang Setuju	79	237	20,63%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1493</b>	<b>100%</b>	<b>3,90</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *competence* yang mengukur *item* konsumen percaya penjual di Shopee kompeten dan efektif di pernyataan Z.11, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.90 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee kompeten dan efektif.

**Tabel 3.52**  
**Indikator *Integritas* Pembeli Percaya Penjual Menjalankan Perannya**  
**Dengan Sangat Baik**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.12</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	55	275	14,36%	
Setuju	257	1028	67,10%	
Kurang Setuju	69	207	18,02%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1514</b>	<b>100%</b>	<b>3,95</b>

Sumber: Data primer, 2021



Berdasarkan tabel di atas pada indikator *competence* yang mengukur *item* konsumen percaya penjual di Shopee menjalankan perannya dengan sangat baik di pernyataan Z.12, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.95 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee menjalankan perannya dengan sangat baik.

**Tabel 3.53**  
**Indikator *Integritas* Pembeli Percaya Penjual Tahu Secara Detail Tentang Produknya**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.13</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	64	320	16,71%	
Setuju	245	980	63,97%	
Kurang Setuju	65	195	16,97%	
Tidak Setuju	8	16	2,09%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1512</b>	<b>100%</b>	<b>3,95</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *competence* yang mengukur *item* konsumen percaya penjual di Shopee tahu secara detail tentang produknya di pernyataan Z.13, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.95 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee tahu secara detail tentang produknya.

**Tabel 3.54**  
**Indikator *Integritas* Pembeli Percaya Penjual Memberikan Layanan Terbaik**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Z.14</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	64	320	16,71%	
Setuju	255	1020	66,58%	
Kurang Setuju	62	186	16,19%	
Tidak Setuju	2	4	0,52%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1530</b>	<b>100%</b>	<b>3,99</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator *competence* yang mengukur *item* konsumen percaya penjual di Shopee tahu bagaimana memberikan layanan terbaik di pernyataan Z.14, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.99 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa penjual di Shopee tahu bagaimana memberikan layanan terbaik.

### 3.2.9.2 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

**Tabel 3.55**  
**Variabel Kepercayaan Indikator *Predictability*, *Benevolence*, *Integritas* Dan *Competence***  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Variabel Z</b>															<b>F</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>	
<b>Jawaban</b>	<b>Z.1</b>	<b>Z.2</b>	<b>Z.3</b>	<b>Z.4</b>	<b>Z.5</b>	<b>Z.6</b>	<b>Z.7</b>	<b>Z.8</b>	<b>Z.9</b>	<b>Z.10</b>	<b>Z.11</b>	<b>Z.12</b>	<b>Z.13</b>	<b>Z.14</b>					
SS	88	58	79	64	47	53	42	51	44	85	46	55	64	64	840	4200	15,67		
S	262	247	256	238	257	234	229	211	212	237	255	257	245	255	3395	13580	63,32		
KS	32	71	47	78	74	85	98	105	113	55	79	69	65	62	1033	3099	19,27		
TS	1	6	1	3	4	11	12	15	14	6	3	2	8	2	88	176	1,64		
STS	0	1	0	0	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	6	6	0,11		
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>5362</b>	<b>21061</b>	<b>100</b>		<b>3,93</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada variabel kepercayaan, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.93 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pembeli terhadap penjual Shopee memiliki nilai tinggi

### 3.2.10 Hasil Kategorisasi Variabel Kepercayaan(Z)

Adapun interval untuk kategorisasi variabel kepercayaan sebagai berikut:

$$I = \frac{(14 \times 5) - (14 \times 1)}{3}$$

$$I = \frac{70 - 14}{3}$$

$$I = 18,66$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapatkan bahwa interval antara batas atas dan batas bawah yang dibagi menjadi tiga (3) kategori yaitu “tinggi”, “sedang” dan “rendah”. Setiap kategori memiliki 18.66 rentang data. Hasil klasifikasi dari variabel kepercayaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.56**  
**Kategorisasi Variabel kepercayaan**  
**N = 383**

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Tinggi	51,34 – 70	286	74,67
Sedang	32,67 - 51,33	97	25,33
Rendah	14 - 32,66	0	0,00
Total		383	100

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas, secara keseluruhan variabel kepercayaan dikatakan sangat baik, karena jawaban 286 responden berada pada kategori tinggi dan 97 responden berada pada kategori sedang.

### 3.2.11 Deskripsi Variabel Niat Beli.

Niat beli merupakan sikap yang muncul atas objek sebagai bentuk respon untuk menunjukkan ketertarikan dan keinginan dalam melakukan transaksi. Dalam penelitian ini responden diminta untuk menjawab pernyataan terkait niat beli.

#### 3.2.11.1 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator

Variabel niat beli diukur melalui 6 butir pernyataan yang memiliki indikator tertarik memiliki produk dan keinginan memiliki produk. Hasil jawaban dari responden mengenai variabel niat beli dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.57**  
**Indikator Tertarik Memiliki Produk Item Pembeli Tertarik Membeli Produk**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Y.1</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	102	510	26,63%	
Setuju	241	964	62,92%	
Kurang Setuju	36	108	9,40%	
Tidak Setuju	4	8	1,04%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1590</b>	<b>100%</b>	<b>4,15</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator tertarik memiliki produk yang mengukur *item* konsumen sangat mungkin membeli produk dari penjual di Shopee di pernyataan Y.1, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.15 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat mungkin membeli dari penjual di Shopee.

**Tabel 3.58**  
**Indikator Tertarik Memiliki Produk Item Pembeli Mempertimbangkan**  
**Untuk Membeli Produk**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Y.2</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	87	435	22,72%	
Setuju	237	948	61,88%	
Kurang Setuju	54	162	14,10%	
Tidak Setuju	5	10	1,31%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1555</b>	<b>100%</b>	<b>4,06</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator tertarik memiliki produk yang mengukur *item* konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli produk dari penjual di Shopee dimasa mendatang di pernyataan Y.2, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.06 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli produk dari penjual di Shopee di masa mendatang.

**Tabel 3.59**  
**Indikator Tertarik Memiliki Produk Item Pembeli Berniat Membeli Produk**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Y.3</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	90	450	23,50%	
Setuju	250	1000	65,27%	
Kurang Setuju	40	120	10,44%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1576</b>	<b>100%</b>	<b>4,11</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator tertarik memiliki produk yang mengukur *item* konsumen berniat membeli produk dari penjual di Shopee di pernyataan Y.3, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.11 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen berniat membeli produk dari penjual di Shopee.

**Tabel 3.60**  
**Indikator Keinginan Memiliki Produk Item Pembeli Bersedia Membeli Produk**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Y.4</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	87	435	22,72%	
Setuju	250	1000	65,27%	
Kurang Setuju	41	123	10,70%	
Tidak Setuju	4	8	1,04%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	0,26%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1567</b>	<b>100%</b>	<b>4,09</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator keinginan memiliki produk yang mengukur *item* konsumen bersedia membeli produk penjual di Shopee di pernyataan Y.4, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.09 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen bersedia membeli produk penjual di Shopee.

**Tabel 3.61**  
**Indikator Keinginan Memiliki Produk Item Pembali Sangat Mungkin Untuk**  
**Membeli Produk**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Y.5</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	83	415	21,67%	
Setuju	246	984	64,23%	
Kurang Setuju	51	153	13,32%	
Tidak Setuju	3	6	0,78%	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0,00%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1558</b>	<b>100%</b>	<b>4,07</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator keinginan memiliki produk yang mengukur *item* konsumen sangat mungkin untuk membeli dari penjual di Shopee di pernyataan Y.5, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.07 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat mungkin untuk membeli dari penjual di Shopee.

**Tabel 3.62**  
**Indikator Keinginan Memiliki Produk Item Kemungkinan Membeli Produk**  
**Sangat Tinggi**  
**N = 383**

<b>Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Y.6</b>				
<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Skor</b>	<b>%</b>	<b>Mean</b>
Sangat Setuju	90	450	23,50%	
Setuju	211	844	55,09%	
Kurang Setuju	72	216	18,80%	
Tidak Setuju	8	16	2,09%	
Sangat Tidak Setuju	2	2	0,52%	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>1528</b>	<b>100%</b>	<b>3,99</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada indikator keinginan memiliki produk yang mengukur *item* kemungkinan konsumen akan membeli dari penjual di Shopee

sangat tinggi di pernyataan Y.6, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 3.99 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil rekapitulasi perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli dari penjual di Shopee sangat tinggi.

### 3.2.11.2 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel

**Tabel 3.63**  
**Variabel Niat Beli Indikator Tertarik Memiliki Produk Dan Keinginan**  
**Memiliki Produk**  
**N = 383**

Rekapitulasi Jawaban Responden Pernyataan Variabel Y							F	Skor	%	Mean
Jawaban	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6				
SS	102	87	90	87	83	90	539	2695	23,46	
S	241	237	250	250	246	211	1435	5740	62,45	
KS	36	54	40	41	51	72	294	882	12,79	
TS	4	5	3	4	3	8	27	54	1,17	
STS	0	0	0	1	0	2	3	3	0,13	
<b>Jumlah</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>383</b>	<b>2298</b>	<b>9374</b>	<b>100</b>	<b>4,08</b>

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas pada variabel niat beli, diperoleh hasil perhitungan nilai mean sebesar 4.08 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan ini dapat disimpulkan bahwa niat beli pembeli terhadap penjual Shopee memiliki nilai tinggi

### 3.2.12 Hasil Kategorisasi Variabel Niat Beli (Y)

Adapun interval untuk kategorisasi variabel niat beli sebagai berikut:

$$I = \frac{(6 \times 5) - (6 \times 1)}{3}$$

$$I = \frac{30 - 6}{3}$$

$$I = 8$$



Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan bahwa interval antara batas atas dan batas bawah yang dibagi menjadi tiga (3) kategori yaitu “tinggi”, “sedang” dan “rendah”. Setiap kategori memiliki 8 rentang data. Hasil klasifikasi dari variabel niat beli adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.64**  
**Kategorisasi Variabel Niat Beli**  
**N = 383**

<b>Kategori</b>	<b>Interval</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	24– 32	271	70.76
Sedang	15– 23	111	28.98
Rendah	6 – 14	1	0,26
Total		383	100

Sumber: Data primer, 2021

Berdasarkan tabel di atas, secara keseluruhan variabel niat beli dikatakan sangat baik, karena jawaban 271 responden berada pada kategori tinggi, 111 responden berada pada kategori sedang dan 1 responden berada pada kategori rendah.

### **3.3 Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)**

Analisis tabulasi silang (*crosstab*) menyajikan data dalam bentuk tabel, meliputi baris, kolom, dan data, untuk menyajikan data ukuran nominal dan kategori (Ghozali, 2018). Tujuannya untuk mengetahui apakah ada hubungan dan interaksi yang sistematis atau asimetris antara variabel-variabel tersebut. Gunakan *IBM SPSS versi 25* untuk tab silang (*crosstab*), hasilnya sebagai berikut:

### 3.3.1 Tabulasi Silang Variabel *Social Presence of Web* (X1) Dan Variabel Kepercayaan (Z)

**Table 3.65**  
**Tabulasi Silang Antara Variabel *Social Presence of Web* (X1) – Variabel Kepercayaan (Z)**  
**N = 383**

X1 \ Z		Kepercayaan						Jumlah	
		Rendah		Sedang		Tinggi			
		F	%	F	%	F	%	F	%
<i>Social Presence of Web</i>	<b>Tinggi</b>	0	0	20	5,2%	215	56,1%	235	61,3%
	<b>Sedang</b>	0	0	71	18,5%	66	17,3%	137	35,8%
	<b>Rendah</b>	0	0	6	1,6%	5	1,3%	11	2,9%
<b>Jumlah</b>		0	0	97	25,3%	286	74,7%	383	100%

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai pengolahan *crosstab* menunjukkan hasil bahwa responden yang menyatakan *social presence of web* tinggi dengan kepercayaan tinggi berjumlah 215 responden atau 56,1%. Menyatakan *social presence of web* tinggi dengan kepercayaan sedang berjumlah 20 responden atau 5,2%. Menyatakan *social presence of web* sedang dengan kepercayaan tinggi berjumlah 66 responden atau 17,3%. Menyatakan *social presence of web* sedang dengan kepercayaan sedang berjumlah 71 responden atau 18,5%. Menyatakan *social presence of web* rendah dengan kepercayaan tinggi berjumlah 5 responden atau 1,3% dan menyatakan *social presence of web* rendah dengan kepercayaan sedang berjumlah 6 responden atau 1,6%.

### 3.3.2 Tabulasi Silang Variabel *Online Customer Review* (X2) Dan Variabel Kepercayaan (Z)

**Table 3.66**  
**Tabulasi Silang Antara Variabel *Online Customer Review* (X2) – Variabel Kepercayaan (Z)**  
**N = 383**

X2 \ Z		Kepercayaan						Jumlah	
		Rendah		Sedang		Tinggi			
		F	%	F	%	F	%	F	%
<i>Online Customer Review</i>	<b>Tinggi</b>	0	0	73	19,1%	281	73,3%	354	92,4%
	<b>Sedang</b>	0	0	24	6,3%	5	1,3%	29	7,6%
	<b>Rendah</b>	0	0	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Jumlah</b>		0	0	97	25,4%	286	74,6%	383	100%

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai pengolahan *crosstab* menunjukkan hasil bahwa responden yang menyatakan *online customer review* tinggi dengan kepercayaan tinggi berjumlah 281 responden atau 73,3%. Menyatakan *online customer review* tinggi dengan kepercayaan sedang berjumlah 73 responden atau 19,1%. Menyatakan *online customer review* sedang dengan kepercayaan tinggi berjumlah 5 responden atau 1,3%. Dan menyatakan *online customer review* sedang dengan kepercayaan sedang berjumlah 24 responden atau 6,3%.

### 3.3.3 Tabulasi Silang Variabel *Social Presence of Interaction* (X3) Dan Variabel Kepercayaan (Z)

**Table 3.67**  
**Tabulasi Silang Antara Variabel *Social Presence of Interaction* (X3) – Variabel Kepercayaan (Z)**  
**N = 383**

X3 \ Z		Kepercayaan						Jumlah	
		Rendah		Sedang		Tinggi			
		F	%	F	%	F	%	F	%
<i>Social Presence of Interaction</i>	Tinggi	0	0	18	4,7%	196	51,2%	214	55,9%
	Sedang	0	0	69	18,0%	83	21,7%	152	39,7%
	Rendah	0	0	10	2,6%	7	1,8%	17	4,4%
<b>Jumlah</b>		0	0	97	25,3%	286	74,7%	383	100%

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai pengolahan *crosstab* menunjukkan hasil bahwa responden yang menyatakan *social presence of interaction* tinggi dengan kepercayaan tinggi berjumlah 196 responden atau 51,2%. Menyatakan *social presence of interaction* tinggi dengan kepercayaan sedang berjumlah 18 responden atau 4,7%. Menyatakan *social presence of interaction* sedang dan kepercayaan tinggi berjumlah 83 responden atau 21,7%. Menyatakan *social presence of interaction* sedang dengan kepercayaan sedang berjumlah 69 responden atau 18%. Menyatakan *social presence of interaction* rendah dengan kepercayaan tinggi berjumlah 7 responden atau 1,8%. Menyatakan *social presence of interaction* rendah dengan kepercayaan sedang berjumlah 10 orang atau 2,6%

### 3.3.4 Tabulasi Silang Variabel Kebijakan Pengembalian (X4) Dan Variabel Kepercayaan (Z)

**Table 3.68**  
**Tabulasi Silang Antara Variabel Kebijakan Pengembalian (X4) – Variabel Kepercayaan (Z)**  
**N = 38**

X4 \ Z		Kepercayaan						Jumlah	
		Rendah		Sedang		Tinggi			
		F	%	F	%	F	%	F	%
Kebijakan Pengembalian	Tinggi	0	0	41	10,7%	232	60,6%	273	71,3%
	Sedang	0	0	54	14,1%	53	13,8%	107	27,9%
	Rendah	0	0	2	0,5%	1	0,3%	3	0,8%
Jumlah		0	0	97	25,3%	286	74,7%	383	100%

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai pengolahan *crosstab* menunjukkan hasil bahwa responden yang menyatakan kebijakan pengembalian tinggi dengan kepercayaan tinggi berjumlah 232 responden atau 60,6%. Menyatakan kebijakan pengembalian tinggi dengan kepercayaan sedang berjumlah 41 responden atau 10,7%. Menyatakan kebijakan pengembalian sedang dengan kepercayaan tinggi berjumlah 53 responden atau 13,8%. Menyatakan kebijakan pengembalian sedang dengan kepercayaan sedang berjumlah 54 responden atau 14,1%. Menyatakan kebijakan pengembalian rendah dengan kepercayaan tinggi berjumlah 1 responden atau 0,3%. Dan menyatakan kebijakan pengembalian rendah dengan kepercayaan sedang berjumlah 2 responden atau 0,5%.

### 3.3.5 Tabulasi Silang Variabel Kepercayaan (Z) Dan Variabel Niat Beli (Y)

**Table 3.69**  
**Tabulasi Silang Antara Kepercayaan (Z) – Variabel Niat Beli (Y)**  
**N = 383**

Z \ Y		Niat Beli						Jumlah	
		Rendah		Sedang		Tinggi			
		F	%	F	%	F	%	F	%
Kepercayaan	Tinggi	1	0,3%	32	8,4%	253	66,1%	286	74,7%
	Sedang	0	0	0	0	0	0	0	0
	Rendah	1	0,0%	43	11,2%	54	14,1%	97	25,3%
<b>Jumlah</b>		1	0,3%	75	19,5%	307	80,2%	383	100%

Sumber: Data primer, 2021

Sesuai pengolahan *crosstab* menunjukkan hasil bahwa responden yang menyatakan Kepercayaan tinggi dengan niat beli tinggi berjumlah 253 responden atau 66,1%. Menyatakan kepercayaan tinggi dengan niat beli sedang berjumlah 32 responden atau 8,4%. Menyatakan kepercayaan tinggi dengan niat beli rendah berjumlah 1 responden atau 0,3%. Menyatakan kepercayaan rendah dengan niat beli tinggi berjumlah 54 responden atau 14,1%. Menyatakan kepercayaan rendah dengan niat beli sedang berjumlah 43 responden atau 11,2%.