

**PENGARUH *CASH ON DELIVERY* (COD) DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SHOPEE ONLINE SHOP PADA
TOKO IDIOFYIA**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)**

SKRIPSI



**Ditulis Oleh:
IVON FELIM
211010043**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh *Cash On Delivery* (COD) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia

Yang dipersiapkan oleh:

IVON FELIM

211010043

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau

Medan, 23 Mei 2025

Pembimbing 1



Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
0104127904

Pembimbing 2



Dra. Pesta Gultom, M.M.
0117126501

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

- Skripsi dengan judul Pengaruh *Cash On Delivery* (COD) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia

Yang dipersiapkan oleh:

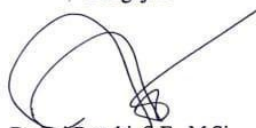
IVON FELIM

211010043

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 04 Juli 2025

Penguji 1



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
0006037202

Penguji 2



Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
0101019601

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	: Ivon Felim
NIM	: 211010043
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> (COD) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee <i>Online Shop</i> Pada Toko Idiofyia
Pembimbing 1	: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
Pembimbing 2	: Dra. Pesta Gultom, M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 06 Mei 2025


Ivon Felim
211010043

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul **"Pengaruh *Cash On Delivery* (COD) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko *Idiofyia*"** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Bapak Dr. Afrizal, S.E., M.Si.
5. Ibu Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 6 Mei 2025
Peneliti



Ivon Felim
211010043

ABSTRAK

Ivon Felim, 11010043, 025, Pengaruh *Cash On Delivery* (COD) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Pembimbing II: Dra. Pesta Gultom, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Cash On Delivery* (COD) dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu yang diperoleh dalam bentuk angka dan bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia pada tahun 2024 sebanyak 27.650 responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling*, maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 394 responden dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Data analisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 11,607 + 0,735 *Cash On Delivery* (COD) + 0,239 Kualitas Pelayanan + e**. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia. Berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 12,735 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan sebesar $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari $< 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia berdasarkan hasil uji secara parsial yaitu nilai $t_{hitung} 7,050 > t_{tabel} 1,966$ dan nilai signifikan sebesar $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari $< 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Cash On Delivery* (COD) dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia berdasarkan hasil uji secara simultan yaitu nilai $F_{hitung} 309,421 > F_{tabel} 3,02$ dengan nilai signifikan $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari $< 0,05$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R^2 adalah sebesar 0,613 berarti *Cash On Delivery* (COD) dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan Keputusan Pembelian Shopee *Online Shop* Pada Toko Idiofyia sebesar 61,3% dan sisanya 38,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

Kata Kunci : *Cash On Delivery* (COD), Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ivon Felim, 11010043, 025, The Influence of Cash On Delivery (COD) and Service Quality on Purchasing Decisions on Shopee Online Store at Idiofyia Store, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Advisor II: Dra. Pesta Gultom, M.M.

*This study aims to determine the effect of Cash On Delivery (COD) and Service Quality on Purchasing Decisions at the Shopee Online Store at the Idiofyia Store. The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, which is obtained in the form of numbers and diagrams. Data sources are primary data and secondary data. The population in this study were consumers who made purchases using the cash on delivery method at the Idiofyia Store in 2024, totaling 27,650 respondents. The sampling technique used in this study was simple random sampling, so that the number of samples in this study was 394 respondents with a tolerable error rate of 5%. Data analysis used multiple linear regression analysis methods. The results of the analysis provide the equation **Purchase Decision = 11.607 + 0.735 Cash On Delivery (COD) + 0.239 Service Quality + e**. The results of the research analysis show that Cash On Delivery (COD) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at the Shopee Online Store at the Idiofyia Store. Based on the results of the partial test, namely the calculated t_{value} of 12.735 > t_{table} 1.966 and a significant value of < 0.001, which is less than 0.05. The results of the study indicate that Service Quality has a positive and significant effect on the Purchase Decision of the Shopee Online Store at the Idiofyia Store based on the results of the partial test, namely the calculated t_{value} of 7.050 > t_{table} 1.966 and a significant value of < 0.001, which is less than 0.05. The results of the study indicate that Cash On Delivery (COD) and Service Quality have a positive and significant effect on the Purchase Decision of the Shopee Online Store at the Idiofyia Store based on the results of the simultaneous test, namely the calculated F_{value} of 309.421 > F_{table} 3.02 with a significant value of < 0.001, which is less than 0.05. The results of this study are supported by an R^2 value of 0.613, which means that Cash On Delivery (COD) and Service Quality are able to explain the Purchase Decision of the Shopee Online Store at the Idiofyia Store by 61.3% and the remaining 38.7% is influenced by other variables outside this study.*

Keywords: Cash On Delivery (COD), Service Quality, Purchase Decision

MOTTO

"Jangan pernah menyerah dan teruslah berusaha, meskipun kita telah mengetahui kemungkinan hasil dari kerja keras tersebut. Dengan demikian, di masa mendatang kita tidak akan pernah merasa menyesal."

"Jangan lari dari permasalahan, tetaplah melangkah maju meskipun kita telah menyadari risiko atau konsekuensi yang mungkin terjadi."

"Jangan lupa untuk sesekali melihat ke belakang, sebagai pengingat bahwa kita telah berjuang keras dan berhasil melewati berbagai masa sulit."

(Ivon Felim)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini aku persembahkan kepada:

**Bapak/Ibu Dosen Pembimbing,
yang telah membimbing dengan sabar, memberikan arahan, motivasi, serta ilmu yang begitu berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap waktu, perhatian, dan ketelatenan yang telah diberikan.
Semoga segala kebaikan Bapak/Ibu menjadi ladang pahala dan keberkahan.**

**Diriku sendiri,
yang telah berjuang melewati setiap tantangan, rasa lelah, ragu, dan ingin menyerah. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik dan bermakna.**

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... v

ABSTRAK.....vii

***ABSTRACT*..... viii**

MOTTO..... ix

PERSEMBAHAN..... x

DAFTAR ISIxi

DAFTAR TABELxvi

DAFTAR GAMBARxviii

DAFTAR LAMPIRAN.....xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Identifikasi Masalah 9

1.3 Batasan Masalah 9

1.4 Rumusan Masalah..... 10

1.5 Tujuan Penelitian 10

1.6 Manfaat Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	12
2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.2 <i>Cash On Delivery</i> (COD)	17
2.1.2.1 Definisi <i>Cash On Delivery</i> (COD)	17
2.1.2.2 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi <i>Cash On Delivery</i> (COD)	18
2.1.2.3 Indikator <i>Cash On Delivery</i> (COD).....	19
2.1.3 Kualitas Pelayanan	20
2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.3.2 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	28
3.1.1 Lokasi Penelitian	28
3.1.2 Waktu Penelitian.....	28

3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	28
3.2.1 Jenis Data.....	28
3.2.2 Sumber Data	29
3.3 Populasi Dan Sampel	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	30
3.4 Definsi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.3.1 Uji Normalitas	36
3.6.3.2 Uji Multikoloniearitas	37
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.6.5 Uji Hipotesis.....	40
3.6.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	40
3.6.5.2 Uji Simultan (Uji F)	41
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Idiofyia.....	43

4.1.2 Visi Dan Misi Toko Idiofyia.....	44
4.1.2.1 Visi.....	44
4.1.2.2 Misi.....	44
4.1.3 Struktur Organisasi Toko Idiofyia.....	44
4.1.4 Deskripsi Responden.....	47
4.1.4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Metode Pembayaran.....	49
4.1.4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja.....	49
4.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
4.1.5.1 Uji Validitas.....	50
4.1.5.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.1.6.1 Uji Normalitas.....	56
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.1.8 Uji Hipotesis.....	64
4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	64
4.1.8.2 Uji F (Uji Simultan).....	67
4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68

4.2 Kontribusi Variabel.....	69
4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> (COD) Terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	73
4.3.3 Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> (COD) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	75

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran Teoritis.....	78
5.3 Implikasi Manajerial.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN RISET

KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Transaksi Berdasarkan Metode Pembayaran Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2020 Sampai Tahun 2024	2
Tabel 1.2 Alasan Kegagalan Pengiriman Oleh Kurir Pada Metode Pembayaran <i>Cash On Delivery</i> (COD) Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2024.....	4
Tabel 1.3 Data Keluhan Konsumen Terkait Metode <i>Cash On Delivery</i> (COD) Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2024	4
Tabel 1.4 Tingkat Keterlambatan Pengiriman Pesanan Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2024.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Metode Pembayaran	49
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Di Toko Idiofyia	49
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel <i>Cash On Delivery</i> (COD)	51
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel <i>Cash On Delivery</i> (COD)	54
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	55

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>One Kolmogorov-Smirnov</i>	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.13 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji F	67
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.17 Hasil Peran Variabel Bebas.....	70
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Korelasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Idiofyia	45
Gambar 4.2 Grafik Histogram	57
Gambar 4.3 Grafik <i>Normal Probability Plot of Regression</i>	58
Gambar 4.4 Grafik Heteroskedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner Responden

Lampiran 5 Hasil *Output* SPSS

Lampiran 6 Tabel T Dan Tabel R

Lampiran 7 Tabel F

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi sudah mendorong transformasi besar-besaran di dunia perdagangan, termasuk kemunculan *e-commerce* sebagai platform utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Shopee ialah satu dari sekian *marketplace* paling populer di Indonesia yang memberikan berbagai kemudahan kepada konsumen dalam bertransaksi secara *online*. Dengan model bisnis *marketplace*, Shopee menyediakan segala jenis produk dari macam-macam kategori, dari kebutuhan rumah tangga, *fashion*, sampai perawatan dan kecantikan. Shopee juga dikenal karena fitur-fitur inovatif, seperti gratis ongkir, diskon harian, hingga layanan pembayaran tunai di tempat atau *Cash On Delivery* (COD).

Salah satu fitur unggulan Shopee adalah metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD), konsumen dapat membayar produk yang dipesan ketika paket tersebut sampai di alamat tujuan, sehingga memberikan rasa aman dan kemudahan pembayaran bagi konsumen yang belum memiliki akses ke pembayaran digital atau yang masih ragu melakukan transaksi secara *online*.

Menurut Halaweh (2017), pelanggan dapat membayar pembelian *online* mereka dengan *Cash On Delivery* (COD), yang memungkinkan mereka membayar produk secara tunai setelah produk dikirim ke alamat penerima atau lokasi yang dituju. Sebagai salah satu penjual di Shopee, Toko Idiofyia yang berfokus pada produk perawatan dan kecantikan memanfaatkan fitur unggulan Shopee seperti metode *Cash On Delivery* (COD) untuk meningkatkan daya tarik produknya.

Fitur ini memberikan rasa aman bagi konsumen, sehingga meminimalkan risiko kerugian akibat penipuan dan meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja secara *online*. Berdasarkan data internal, *Cash On Delivery* (COD) merupakan opsi yang sering digunakan dibandingkan dengan metode lainnya.

Metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Toko Idiofyia melalui beberapa mekanisme penting yang berkontribusi terhadap peningkatan transaksi. Pertama, *Cash On Delivery* (COD) menawarkan rasa aman untuk konsumen sebab memungkinkan mereka membayar setelah barang diterima, sehingga mengurangi risiko penipuan atau ketidaksesuaian produk. Kedua, metode ini mempermudah konsumen yang belum memiliki akses ke layanan pembayaran digital, menjadikannya inklusif dan menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Ketiga, kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi melalui *Cash On Delivery* (COD) turut membangun kepercayaan konsumen terhadap toko, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan loyalitas. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut mendorong konsumen untuk lebih yakin dalam melakukan pembelian, sehingga berkontribusi pada peningkatan jumlah transaksi secara signifikan di Toko Idiofyia.

Tabel 1.1

Jumlah Transaksi Berdasarkan Metode Pembayaran Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2020 Sampai Tahun 2024

Metode Pembayaran	2020	2021	Tahun 2022	2023	2024	Total	Persentase (%)
<i>Cash On Delivery</i>	7.200	10.800	14.400	20.250	27.650	80.300	84,27%
Transfer Bank	870	920	1.450	2.100	3.200	8.540	8,97%
<i>E-Wallet</i>	500	520	680	880	1.700	4.280	4,49%
Lainnya	220	230	420	480	800	2.150	2,26%

Sumber: Idiofyia, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) ialah suatu langkah pembayaran yang dominan diterapkan oleh konsumen Toko Idiofyia, dengan jumlah pesanan sebanyak 80.300 transaksi atau sekitar 84,27% dari total keseluruhan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih nyaman menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) karena memberikan keamanan pada transaksi, di mana mereka hanya perlu membayar setelah barang diterima.

Metode pembayaran lainnya, seperti transfer bank, hanya menyumbang sebanyak 8.540 transaksi atau 8,97%, sedangkan *e-wallet* mencatatkan 4.280 transaksi atau sekitar 4,49%. Adapun metode pembayaran lainnya seperti kartu kredit atau *SPayLater* menjadi pilihan yang paling sedikit digunakan, dengan total 2.150 transaksi atau hanya 2,26% dari total pesanan. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa kehadiran metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) tidak hanya menarik perhatian konsumen untuk bertransaksi tetapi juga meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap Toko Idiofyia.

Namun, di Toko Idiofyia, layanan *Cash On Delivery* (COD) sering kali menimbulkan permasalahan yang berdampak negatif terhadap keputusan pembelian. Salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah pembatalan sepihak oleh kurir dengan alasan pembeli sedang tidak berada di lokasi atau rumahnya. Namun, banyak pembeli mengklaim bahwa mereka telah menunggu di alamat yang ditentukan tanpa pernah dihubungi oleh kurir. Bahkan dalam beberapa kasus, kurir dilaporkan tidak mendatangi alamat penerima. Keadaan ini menyebabkan

ketidakpuasan pada pembeli, yang pada akhirnya memutuskan untuk beralih dan membeli produk di toko lain.

Tabel 1.2

Alasan Kegagalan Pengiriman Oleh Kurir Pada Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2024

Alasan Kegagalan	Jumlah Kasus	Persentase (%)
Pembeli Tidak Di Tempat	1.800	50%
Nomor Pembeli Tidak Aktif	1.200	33,33%
Alamat Tidak Ditemukan	600	16,67%
Total	3.600	100%

Sumber: Toko Idiofyia, 024

Berdasarkan tabel tersebut, alasan utama kegagalan pengiriman kurir dengan metode *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia adalah pembeli tidak berada di tempat (50%), diikuti oleh nomor pembeli tidak aktif (33,33%), dan alamat tidak ditemukan (16,67%).

Selain itu, konsumen sering kali memiliki persepsi keliru bahwa kurir ekspedisi merupakan bagian dari Toko Idiofyia. Ketika terjadi masalah dalam pengiriman, konsumen cenderung menyalahkan pihak toko meskipun Toko Idiofyia tidak memiliki kendali langsung atas operasional kurir. Hal ini mengakibatkan toko harus menghadapi keluhan pembeli setiap hari yang sebenarnya berasal dari pihak ketiga, yaitu kurir atau ekspedisi.

Tabel 1.3

Data Keluhan Konsumen Terkait Metode Cash On Delivery (COD) Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2024

Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan	Persentase (%)
Paket Tidak Sampai	2.100	58,33%
Pembatalan Sepihak Oleh Kurir	600	16,67%
Nomor Pembeli Tidak Dihubungi Oleh Kurir	500	13,89%
Kurir Tidak Datang Ke Alamat Penerima	400	11,11%
Total	3.600	100%

Sumber: Toko Idiofyia, 2024

Dari data keluhan yang disusun, terlihat bahwa masalah utama dalam pengiriman menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia adalah paket tidak sampai (58,33%). Masalah lainnya termasuk pembatalan sepihak oleh kurir (16,67%), kurir yang tidak menghubungi nomor pembeli (13,89%), tidak mendatangi alamat penerima (11,11%).

Masalah lain yang muncul adalah perbandingan layanan *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia dengan toko lain. Berdasarkan data internal, sebanyak 450 konsumen merasa bahwa paket dari toko lain dapat tiba tanpa kendala meskipun menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD), sedangkan paket dari Toko Idiofyia sering kali dibatalkan atau tidak sampai. Akibatnya, pelanggan yang memilih metode pembayaran tunai saat pengantaran terkadang berbelanja di lokasi yang berbeda. Hal ini sesuai dengan temuan Caniago (2023) yang dalam penelitiannya menjabarkan terdapat pengaruh *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian.

Terdapat korelasi yang kuat antara tingkat layanan dan popularitas opsi *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian di Toko Idiofyia. Kemampuan suatu layanan untuk memuaskan konsumen secara konsisten dengan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka disebut kualitas pelayanan (Wirtz & Lovelock, 2022).

Tingginya jumlah pesanan metode *Cash On Delivery* (COD) juga menimbulkan tantangan baru bagi Toko Idiofyia, terutama terkait efisiensi dalam memproses pesanan. Saat ini, Toko Idiofyia menghadapi permasalahan keterlambatan pengiriman yang disebabkan oleh *overload* pesanan. Proses

pengemasan yang biasanya hanya memakan waktu beberapa jam, kini membutuhkan waktu satu hari hingga dua hari sejak pesanan masuk. Selain itu, layanan komunikasi dengan pelanggan juga mengalami kendala, di mana respons terhadap *chat* pelanggan sering kali mengalami keterlambatan hingga empat jam. Hal ini dapat memengaruhi kualitas pelayanan toko secara keseluruhan.

Tabel 1.4

Tingkat Keterlambatan Pengiriman Pesanan Di Toko Idiofyia Pada Tahun 2024

Bulan	Total Pesanan	Persentase	
		Terlambat	Keterlambatan (%)
Januari	2.100	3	0,14%
Februari	2.200	2	0,09%
Maret	2.150	0	0%
April	2.100	0	0%
Mei	2.000	3	0,15%
Juni	2.050	1	0,05%
Juli	2.100	3	0,14%
Agustus	2.250	2	0,09%
September	3.000	120	4%
Oktober	3.400	160	4,71%
November	4.000	240	6%
Desember	6.000	500	8,3%
Total	33.350	1.034	3,10%

Sumber: Idiofyia, 2024

Berdasarkan tabel 1.4 data keterlambatan pengiriman pesanan Toko Idiofyia pada tahun 2024 terdiri dari empat kolom utama, yaitu bulan, total pesanan, jumlah pesanan terlambat, dan persentase keterlambatan. Dari data yang disajikan, dapat dilihat bahwa total pesanan sepanjang tahun mencapai 33.350 pesanan, dengan total pesanan terlambat sebesar 1.034 pesanan, sehingga menghasilkan persentase keterlambatan tahunan sebesar 3,10%.

Pada awal tahun, keterlambatan pengiriman relatif kecil dan bahkan nihil di beberapa bulan. Misalnya, pada bulan Maret dan April, tidak ada pesanan yang mengalami keterlambatan sehingga persentase keterlambatan adalah 0%. Sementara itu, pada bulan Januari, Februari, Mei, Juni, Juli dan Agustus,

keterlambatan masih sangat rendah, berkisar antara 0% hingga 0,15%, menunjukkan kinerja operasional pengiriman yang masih optimal. Kondisi ini mencerminkan bahwa sistem logistik dan operasional Toko Idiofyia pada periode tersebut berjalan efisien dan stabil.

Namun, mulai bulan September, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah keterlambatan pengiriman. Hal ini dapat dikaitkan dengan penambahan jumlah produk baru di Toko Idiofyia. Pada periode tersebut, Toko Idiofyia memperkenalkan sekitar 30 produk baru, yang berkontribusi terhadap lonjakan pesanan. Penambahan produk baru ini secara otomatis meningkatkan minat dan permintaan pelanggan, sehingga jumlah total pesanan mengalami kenaikan yang signifikan. Namun, lonjakan jumlah pesanan ini tampaknya belum diimbangi dengan peningkatan kapasitas karyawan dan manajemen operasional, yang akhirnya menyebabkan keterlambatan pada proses distribusi pesanan.

Pada bulan September, dari total 3.000 pesanan, terdapat 120 pesanan yang mengalami keterlambatan, dengan persentase keterlambatan sebesar 4%. Angka keterlambatan terus meningkat pada bulan Oktober dengan 160 pesanan terlambat (4,71%) dan mencapai puncaknya pada bulan Desember, di mana keterlambatan pengiriman mencapai 500 pesanan dari total 6.000 pesanan, dengan persentase keterlambatan tertinggi sepanjang tahun sebesar 8,33%.

Keterlambatan pengiriman di Toko Idiofyia juga berkaitan dengan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) yang menjadi metode paling populer di kalangan pelanggan. Kemudahan dan keamanan yang ditawarkan metode ini menarik minat pembeli, sehingga jumlah transaksi di Toko Idiofyia terus

meningkat. Lonjakan pesanan ini, didukung oleh harga produk yang terjangkau serta kelengkapan barang di etalase toko, membuat Toko Idiofyia mampu bersaing dengan toko lain.

Lonjakan tersebut tidak disertai oleh ketersediaan sumber daya manusia yang memadai untuk menangani peningkatan volume pesanan. Keterbatasan tenaga kerja menghambat proses pengemasan dan pengiriman pesanan secara tepat waktu, sehingga memicu keterlambatan. Shopee memiliki kebijakan penalti bagi toko yang sering mengalami keterlambatan pengiriman, dan jika penalti mencapai batas tertentu, toko dapat ditutup secara permanen. Keterlambatan pengiriman dan lambatnya respon pelayanan dapat mengakibatkan pelanggan membatalkan pembelian produk di Toko Idiofyia. Hal tersebut relevan terhadap studi yang dilangsungkan dari Fatimah & Nurtantiono (2022), yang dalam penelitiannya menjabarkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Dalam konteks *e-commerce*, terdapat berbagai aspek yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, namun dua faktor yang paling dominan adalah kualitas pelayanan dan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD). Respon konsumen terhadap berbagai stimulus ini, pada akhirnya membentuk perilaku pembelian yang disebut sebagai keputusan pembelian, yaitu tindakan nyata konsumen dalam memilih dan membeli produk atau layanan (Kotler & Keller, 2016). Konsumen memutuskan untuk membeli ketika mereka merasa yakin bahwa produk atau layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka, dan transaksi dilakukan dengan cara yang nyaman.

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang yang sudah ada, dalam mengkaji secara lebih komprehensif terkait topik yang akan dikaji, maka dirasa perlu untuk melangsungkan penelitian **“PENGARUH *CASH ON DELIVERY* (COD) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE *ONLINE SHOP* PADA TOKO IDIOFYIA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Merujuk pada penjabaran latar belakang, penulis bisa merumuskan masalah yang di antaranya yakni seperti berikut:

1. Layanan *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia sering kali menyebabkan permasalahan seperti pembatalan sepihak paket oleh kurir, persepsi bahwa kurir merupakan bagian dari Toko Idiofyia sehingga konsumen membandingkan keberhasilan pengiriman paket *Cash On Delivery* (COD) dengan toko lain.
2. Kualitas pelayanan yang menurun akibat respon terhadap *chat* pelanggan yang lambat dan keterlambatan pengiriman yang tinggi.

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan adanya keterbatasan wawasan, biaya dan waktu, penulis hendak membatasi masalah pada dimensi variabel *Cash On Delivery* (COD) (X_1), kualitas pelayanan (X_2), pada keputusan pembelian (Y). Objek pada studi ini ialah konsumen di Toko Idiofyia pada platform Shopee.

1.4 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang serta identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah yang bisa diajukan pada studi ini yakni seperti berikut:

1. Apakah *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Idiofyia?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Idiofyia?
3. Apakah *Cash On Delivery* (COD) dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Idiofyia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan studi ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian pada Toko Idiofyia.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Idiofyia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Cash On Delivery* (COD) dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Toko Idiofyia.

1.6 Manfaat Penelitian

Kegunaan dari pelaksanaan studi ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Temuan studi ini diproyeksikan bisa berkontribusi bagi pembaharuan ilmu pengetahuan, terutama di bidang manajemen terkait pengaruh *Cash On Delivery* (COD) dan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian. Kemudian, temuan studi ini bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki pembahasan serupa.

2. Manfaat Praktis

Temuan studi ini diproyeksikan bisa memberikan masukan kepada Toko Idiofyia untuk memperbaiki dan menumbuhkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan memahami hubungan antara *Cash On Delivery* (COD), kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian, diharapkan toko dapat mengatasi permasalahan *Cash On Delivery* (COD), mengurangi tingkat keterlambatan pengiriman, serta mencegah terjadinya penalti yang dapat berakibat fatal terhadap keberlanjutan operasional toko.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Definisi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian seseorang menunjukkan metode mereka dalam memilih dan memperoleh layanan atau komoditas. Sebelum membuat keputusan pembelian akhir, pelanggan terlibat dalam proses ini dengan memikirkan berbagai faktor. Sebagai respon terhadap stimulus pembelian, pelanggan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk membuat keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016).

Konsumen sering kali melewati beberapa langkah penting saat membuat keputusan pembelian, terutama saat dihadapkan dengan banyak pilihan (Aini & Andjarwati, 2020). Dalam prosedur ini, seseorang harus terlebih dahulu menyadari kebutuhan, kemudian mengumpulkan informasi yang relevan, mempertimbangkan opsi yang ada, dan kemudian memilih produk yang paling relevan terhadap keperluan dan selera mereka. Menurut Hamlaini et al. (2022), saat pelanggan dihadapkan dengan banyak alternatif, mereka cenderung lebih selektif dalam mengevaluasi. Hal ini karena mereka ingin menemukan produk yang paling relevan terhadap keperluan mereka dan menawarkan nilai terbaik.

Menurut Widjaja & Wildan (2023), proses pengambilan keputusan pembelian tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui sejumlah faktor yang difokuskan oleh pembeli sebelum akhirnya memilih sebuah barang atau jasa. Salah

satu aspek utama dalam pertimbangan ini adalah keinginan dan kebutuhan konsumen, yang menjadi landasan bagi setiap tahapan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam skenario seperti itu, pembeli akan mempertimbangkan alternatif mereka berdasarkan kapasitas suatu produk atau jasa bisa mencukupi persyaratan dan keinginan mereka. Langkah-langkah yang terlibat dalam pengambilan keputusan meliputi: identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan tindakan untuk memperoleh barang atau layanan yang paling sesuai. Dengan demikian, keputusan pembelian ialah suatu capaian dari tahapan rasional yang didorong oleh kebutuhan aktual maupun keinginan subjektif yang dirasakan oleh konsumen (Akbar, 2024).

Menurut Sinaga (2024), keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan dimana individu atau kelompok memberi suatu kebutuhan baik barang atau jasa yang dapat digunakan untuk keperluannya. Sedangkan menurut Maharani & Loo (2023), keputusan pembelian adalah proses akhir seseorang dalam membuat keputusan untuk membeli produk atau jasa.

Merujuk pada penjabaran para pakar sebelumnya, penulis bisa menyimpulkan keputusan pembelian ialah suatu tahapan pengambilan keputusan oleh pembeli dalam menentukan dan membeli barang atau layanan tertentu, yang melibatkan penilaian berbagai alternatif berdasarkan faktor kebutuhan, preferensi, dan pengaruh lingkungan, dengan tujuan mendapatkan manfaat atau keuntungan yang optimal.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Adapun seperti penjabaran dari Kidane & Sharma (2016), faktor yang bisa merangsang suatu keputusan pembelian yakni seperti:

1. Kepercayaan

Dalam hubungan yang saling percaya, pembeli percaya bahwa penjual akan memenuhi komitmennya meskipun penjual ragu. Persepsi konsumen tentang ketidakpastian dapat dikurangi dengan terbentuknya kepercayaan.

2. Pembayaran Yang Dilakukan Di Tempat (*Cash On Delivery* (COD))

Bisnis yang ingin sukses di bidang *e-commerce* perlu memiliki situs *website* yang dapat dipercaya pelanggan dalam hal privasi dan keamanan. Risiko finansial, risiko informasi, serta risiko kerahasiaan dan keamanan adalah empat jenis bahaya yang paling kentara saat berbelanja *online*.

3. Kebijakan Pengembalian Barang

Kebijakan pengembalian barang merupakan salah satu bentuk jaminan yang diberikan oleh penjual kepada konsumen untuk mengembalikan produk yang telah dibeli dalam kondisi tertentu, seperti produk rusak, tidak sesuai pesanan, atau tidak memenuhi harapan konsumen

4. Garansi Uang Kembali

Keberadaan garansi ini menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi konsumen saat mengambil keputusan pembelian, terutama dalam transaksi daring (*e-commerce*) yang memiliki risiko lebih tinggi dibanding pembelian langsung.

5. Layanan Purna Jual

Layanan purna jual (*after-sales service*) adalah serangkaian pelayanan yang diberikan oleh penjual atau produsen kepada konsumen setelah transaksi penjualan dilakukan. Layanan ini dapat berupa garansi produk, perbaikan, penyediaan suku cadang, layanan konsultasi, serta dukungan teknis lainnya.

6. Reputasi Perusahaan

Cara suatu perusahaan menangani konsumennya dan menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan mereka membentuk reputasi perusahaan.

7. Kepuasan (Dengan Toko *Online*)

Dalam konteks toko *online*, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan navigasi situs, kecepatan respon penjual, kejelasan informasi produk, metode pembayaran yang aman, waktu pengiriman, kualitas barang yang diterima, serta adanya jaminan seperti garansi dan kebijakan pengembalian.

2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator yang diterapkan dalam mengevaluasi keputusan pembelian apabila merujuk pada penjabaran dari Kotler & Keller (2016) yaitu:

1. *Brand* (Pilihan Merek)

Orang-orang memiliki kebebasan untuk memilih apakah akan membelanjakan uang mereka untuk suatu produk atau sesuatu yang lain sama sekali. Perusahaan dalam situasi ini sebaiknya berfokus pada konsumen yang secara aktif berbelanja suatu produk dan opsi yang mereka

pikirkan.

2. *Dealer* (Pemilihan Penyalur)

Pelanggan mempunyai hak untuk memutuskan distributor mana yang akan dihubungi. Berbagai faktor, seperti kedekatan, keterjangkauan, pilihan, kenyamanan berbelanja, dan ruang secara keseluruhan, memengaruhi keputusan konsumen tentang distributor mana yang akan dipilih.

3. *Quantity* (Jumlah Pembelian)

Orang dapat memilih jumlah produk yang hendak dibeli pada suatu waktu. Pembelian bisa dilangsungkan berkali-kali. Pada skenario seperti itu, jumlah produk harus direncanakan oleh perusahaan sesuai dengan berbagai keinginan.

4. *Timing* (Penentuan Waktu)

Konsumen yang berbeda mungkin memilih untuk berbelanja pada waktu yang berbeda. Misalnya, beberapa mungkin memilih untuk berbelanja tiap hari, setiap minggu, dan seterusnya.

5. *Payment Method* (Metode Pembayaran)

Saat memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau layanan, konsumen memiliki pengaruh terhadap metode pembayaran. Selain faktor pribadi dan keluarga, teknologi yang digunakan dalam pembelian juga berperan dalam membentuk pilihan akhir konsumen.

2.1.2 *Cash On Delivery (COD)*

2.1.2.1 Definisi *Cash On Delivery (COD)*

Pertumbuhan belanja daring di era digital modern terjadi dengan sangat pesat, sehingga semakin memudahkan pembeli. Pembayaran barang dan jasa secara daring sering kali melibatkan salah satu dari banyak opsi pembayaran yang populer seperti *Cash On Delivery (COD)*. Pembeli daring dapat memanfaatkan layanan yang disebut "*Cash On Delivery (COD)*" untuk membayar barang mereka secara penuh setelah barang dikirim ke rumah atau tempat lain yang ditentukan (Halaweh, 2017). Sebuah langkah dalam memengaruhi keputusan pembelian yakni kemudahan *Cash On Delivery (COD)* sebagai metode pembayaran. Metode ini menjamin privasi dan keamanan bagi konsumen serta memudahkan mereka dalam bertransaksi (Kidane & Sharma, 2016).

Cash On Delivery (COD) ialah sebuah bentuk pembayaran yang memungkinkan pelanggan untuk membayar pesanan mereka secara langsung kepada kurir pada saat barang diterima. Dalam sistem ini, pembayaran tidak dilakukan di awal melalui platform digital atau transfer bank, melainkan dibayarkan secara tunai ketika produk telah sampai di tangan pembeli (Shafa & Hariyanto, 2020). Sesuai dengan pengertiannya, istilah "*Cash On Delivery (COD)*" merujuk pada tahapan pembeli memberikan pembayaran pada kurir, bukan langsung kepada penjual atau penyedia layanan *e-commerce* (Aqil et al., 2022). Hal ini memberikan rasa aman bagi konsumen, karena mereka hanya perlu membayar jika produk benar-benar diterima. Dengan demikian, *Cash On Delivery (COD)* tidak hanya menjadi alternatif pembayaran yang memudahkan konsumen, tetapi juga berkontribusi

dalam meningkatkan kepercayaan terhadap proses jual beli secara daring (Rokfa et al., 2022).

Merujuk pada penjabaran dari para ahli tersebut, peneliti bisa menjabarkan *Cash On Delivery* (COD) ialah suatu metode pembayaran tunai yang dilangsungkan oleh pembeli sesudah menerima produk yang dipesan, di mana pembayaran diberikan langsung kepada kurir yang mengantarkan barang.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Cash On Delivery* (COD)

Merujuk pada penjabaran dari Halaweh (2018) ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi penggunaan *Cash On Delivery* (COD) adalah sebagai berikut:

1. **Keamanan Dan Kepercayaan**

Pelanggan cenderung memilih *Cash On Delivery* (COD) karena merasa lebih aman dan percaya. Dengan *Cash On Delivery* (COD), mereka dapat memeriksa barang sebelum membayar, yang mengurangi risiko penipuan *online* dan pelanggaran privasi.

2. **Privasi Pelanggan**

Cash On Delivery (COD) memungkinkan pelanggan untuk menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka karena tidak perlu memberikan *detail* kartu kredit atau informasi perbankan.

3. **Keterbatasan Akses Finansial**

Cash On Delivery (COD) menjadi alternatif bagi pelanggan yang tidak mempunyai jangkauan yang memadai pada kartu kredit atau rekening.

4. Kenyamanan Untuk Pemula

Bagi pembeli yang belum terbiasa dengan pembayaran *online*, *Cash On Delivery* (COD) menawarkan proses yang lebih sederhana tanpa memerlukan keterampilan teknologi atau pengetahuan antarmuka komputer.

2.1.2.3 Indikator *Cash On Delivery* (COD)

Merujuk pada penjabaran dari Halaweh (2017), indikator pada layanan *Cash On Delivery* (COD) yakni seperti berikut:

1. Keamanan

Dengan menggunakan sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) menggunakan uang tunai bisa menjaga dan mencegah konsumen dari resiko penipuan belanja *online*.

2. Privasi

Sistem pembayaran dengan menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) dapat mencegah penyebaran privasi data konsumen, seperti nomor rekening dalam meniadakan penyalahgunaan data oleh orang yang tidak bertanggung jawab.

3. Kepercayaan

Dengan menerapkan metode *Cash On Delivery* (COD) dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk yang mereka beli ketika berbelanja *online*.

2.1.3 Kualitas Pelayanan

2.1.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima merupakan pertimbangan utama saat melakukan pembelian. Pelanggan cenderung melakukan pembelian setelah menerima layanan yang sangat baik, yang meningkatkan kesenangan dan pengalaman mereka secara keseluruhan. Di sisi lain, jika pelanggan tidak puas, mereka mungkin berpikir dua kali sebelum melakukan pembelian. Bagaimana sebuah layanan dapat memuaskan konsumen secara konsisten melalui langkah mencukupi keinginan, keperluan, dan ekspektasi pelanggan adalah kualitas layanan (Wirtz & Lovelock, 2022).

Kualitas layanan merupakan indikator penting dalam menilai besaran sebuah perusahaan mampu mencukupi keperluan dan ekspektasi pembeli. Menurut Zeithaml et al. (2010), kualitas layanan diukur dari seberapa baik perusahaan dapat merespon kebutuhan pelanggan dan sejauh mana layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi mereka. Dalam pandangan yang sejalan, Zulkarnain et al. (2020) menekankan bahwa kualitas layanan tercapai ketika suatu bisnis tidak hanya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, tetapi juga tetap konsisten terhadap standar internal yang sudah ditentukan. Maka, kualitas layanan yang tinggi tidak hanya mencerminkan kepuasan konsumen, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam mempertahankan integritas dan profesionalisme operasionalnya.

Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai keseluruhan aktivitas, fitur, dan karakteristik layanan yang dirancang untuk memenuhi harapan konsumen secara optimal. Menurut Prasetyo & Ristiawati (2022), kualitas pelayanan tidak hanya

mencakup tindakan memberikan layanan, tetapi juga melibatkan upaya untuk menciptakan kepuasan, rasa terpenuhi, dan kenyamanan bagi konsumen. Ketika konsumen merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diterima, hal ini tidak hanya berdampak positif pada loyalitas mereka, tetapi juga memberikan keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi reputasi maupun nilai bisnis. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik berfungsi sebagai fondasi krusial untuk membangun relasi berkelanjutan terhadap pelanggan serta menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Semua hal yang dilakukan bisnis untuk memenuhi harapan pelanggan secara bersama-sama disebut sebagai kualitas pelayanan. Kapasitas untuk menanggapi kebutuhan pelanggan dengan cepat, membangun hubungan kepercayaan dengan mereka, dan menyediakan layanan yang mudah diakses merupakan komponen penting dari hal ini. Komponen penting lainnya dalam menyediakan layanan yang sangat baik adalah tingkat pengetahuan dan keramahan yang ditunjukkan oleh pemasok. Pengertian kualitas pelayanan menurut Tjuang et al. (2023) sejalan dengan pendapat Gultom (2024) yaitu segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen, termasuk kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan.

Menurut para ahli tersebut, peneliti mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan layanan yang disediakan oleh penyedia layanan untuk mencukupi tuntutan, ekspektasi, dan kepuasan pelanggan, yang dievaluasi melalui pengalaman pembeli.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Merujuk pada penjabaran dari Wirtz & Lovelock (2022) menjabarkan bahwa bisa dijumpai berbagai faktor yang bisa mempengaruhi kualitas pelayanan bagi pembeli, di antaranya yakni seperti yaitu:

1. **Motivasi Kerja Karyawan**

Pekerja yang sangat termotivasi untuk melakukan pekerjaan dengan baik akan menunjukkannya dengan memberi klien mereka apa yang mereka inginkan, yakni layanan yang sangat baik.

2. **Sistem Kerja Dan Sistem Pelayanan**

Karyawan akan lebih mudah memberikan pelayanan kepada konsumen apabila sistem kerja dan sistem pelayanannya konsisten, dinamis, dan fleksibel.

3. **Suasana Kerja Di Perusahaan**

Untuk membantu staf memberikan layanan yang sangat baik kepada klien, diperlukan lingkungan kerja yang kondusif.

4. **Kemampuan Kerja Karyawan**

Kemampuan dalam melaksanakan tuntutan mental dan fisik dari profesi seseorang dikenal sebagai kemampuan bekerja. Ketika pekerja mampu memberikan yang terbaik dalam pekerjaannya, konsumen akan mendapatkan manfaat dari layanan berkualitas tinggi.

5. **Lingkungan Fisik Tempat Kerja**

Lingkungan fisik terdiri dari faktor-faktor seperti suhu, peralatan kerja, dan kemampuan beradaptasi area kerja yang memungkinkan dan memfasilitasi

pekerjaan karyawan. Hal ini, pada gilirannya, memfasilitasi penyediaan layanan pelanggan berkualitas tinggi.

6. Perlengkapan Dan Fasilitas

Semua infrastruktur yang diperlukan telah tersedia untuk menunjang layanan yang disediakan pada klien.

7. Prosedur Kerja

Seperangkat tahapan yang teratur, terdefinisi dengan baik, dan mudah dipahami untuk melaksanakan suatu tugas disebut metode kerja.

2.1.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Merujuk pada penjabaran Zeithaml et al. (2010), indikator kualitas pelayanan di antaranya yakni seperti berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*), yaitu mencakup sarana fisik, perangkat, staf, dan sarana berkomunikasi. Dalam layanan berbasis *online* seperti *e-commerce*, bukti fisik dapat berupa tampilan dan kemudahan navigasi penjualan, desain aplikasi atau *website* yang menarik dan *user-friendly*, serta informasi produk yang jelas dan lengkap.
2. Keandalan (*Reliability*), khususnya keterampilan dalam menyediakan layanan yang ditawarkan kepada klien secara dengan waktu, akurat, dan memuaskan.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*), khususnya kemauan dan kemampuan pekerja untuk memenuhi kebutuhan klien secara tepat waktu.

4. Jaminan (*Assurance*), dalam lingkungan yang bebas dari risiko fisik, ketidakpastian, atau bahaya termasuk informasi, keterampilan, kesopanan, dan kepercayaan yang diperoleh dari anggota staf.
5. Empati (*Empathy*), hal ini mencakup kefasihan dalam berhubungan dengan orang lain, ekspresi gagasan yang jelas dan ringkas, layanan yang disesuaikan, dan kesadaran terhadap kebutuhan unik setiap klien. Sebagai contoh, penjual yang memberikan rekomendasi produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan atau perusahaan yang menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran dan pengiriman dapat dianggap memperhatikan kenyamanan pelanggan. Dengan adanya empati, pelanggan akan merasa dihargai dan memiliki loyalitas terhadap toko tertentu.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah studi yang telah dilaksanakan dan bisa dijadikan referensi bagi studi baru untuk menemukan kesenjangan penelitian (*research gap*) serta mengembangkan teori dan metode yang lebih baik. Studi terdahulu yang berkorelasi terhadap judul penelitian yang dilaksanakan ini adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

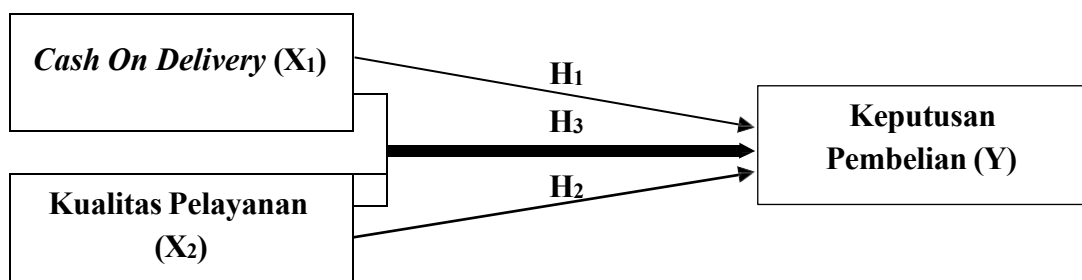
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Damayanti & Damayanti (2024) Sinta 5 <i>Journal of Trends in Economics and Accounting Research</i> E-ISSN : 2745-7710	Pengaruh Diskon, Gratis Ongkos Kirim, <i>Cash on Delivery</i> dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> Shopee	Independen $X_1 =$ Diskon $X_2 =$ Gratis Ongkir $X_3 =$ <i>Cash On Delivery</i> $X_4 =$ <i>Online Customer Review</i> Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Temuan studi ini menjabarkan bahwa diskon, gratis ongkir, dan <i>Cash On Delivery</i> (COD) berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian, sementara <i>online customer review</i> tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian. Maka, bisa dijabarkan bahwa peningkatan diskon, gratis ongkir, <i>Cash On Delivery</i> (COD), dan <i>customer online review</i> bisa menumbuhkan keputusan pembelian
2	Caniago (2023) Sinta 5 Jurnal Penelitian Ilmu Sosial. E-ISSN : 2807-4238 P-ISSN : 2807-4246	Pengaruh Promosi, Penilaian Produk Dan Layanan COD Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen <i>E-Commerce</i> Shopee Di Cikarang Barat)	Independen $X_1 =$ Promosi $X_2 =$ Penilaian Produk $X_3 =$ <i>Cash On Delivery</i> Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Temuan studi menunjukkan: (1) Promosi berdampak positif signifikan pada keputusan pembelian (2) Penilaian produk berdampak positif signifikan pada keputusan pembelian (3) Layanan <i>Cash On Delivery</i> (COD) berdampak positif signifikan pada keputusan pembelian.
3	Fatimah & Nurtantiono (2022) Sinta 5 Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen E-ISSN : 2598 - 398X P-ISSN : 2337 - 8743	Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee)	Independen $X_1 =$ Citra Merek $X_2 =$ Promosi $X_3 =$ Harga $X_4 =$ Kualitas Pelayanan Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Merujuk pada temuan penelitian menunjukkan: (1) Citra Merek berdampak signifikan pada keputusan pembelian. (2) Promosi berdampak signifikan. harga tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian. (3) Kualitas Pelayanan berdampak signifikan pada keputusan pembelian.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4	Fahmi & Masruchan (2022) Sinta 5 <i>Journal Scientific of Mandalika</i> P-ISSN: 2809-0543 E-ISSN: 2745-5955	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa STKIP PGRI Jombang)	Independen $X_1 =$ Promosi $X_2 =$ Kualitas Pelayanan Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Temuan studi ini menjabarkan bahwa: (1) Promosi berdampak signifikan pada keputusan pembelian (2) Kualitas Pelayanan berdampak signifikan pada keputusan pembelian. Promosi dan Kualitas Pelayanan dengan simultan berdampak signifikan pada keputusan pembelian artinya promosi dan kualitas pelayanan pada konteks bersama-sama dapat berkontribusi terhadap keputusan pembelian.
5	Husnan et al. (2022) Sinta 4 Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, dan Agama E-ISSN : 2745 - 567X P-ISSN : 2460 - 1144	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan <i>E-Commerce</i> Shopee Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi	Independen $X_1 =$ Citra Merek $X_2 =$ Kualitas Pelayanan Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Temuan studi ini menjabarkan ada pengaruh citra merek <i>E-Commerce</i> Shopee dari segi parsial pada keputusan pembelian, ada dampak dari kualitas pelayanan <i>E-Commerce</i> Shopee di segi parsial pada keputusan pembelian. Citra Merek dan Kualitas Pelayanan <i>E-Commerce</i> Shopee pada konteks bersama-sama berdampak pada keputusan pembelian.
6	Situmorang (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Relasional Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai Sumatera Utara	Independen $X_1 =$ Kualitas Pelayanan $X_2 =$ Pemasaran Relasional Dependen $Y =$ Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (2) Pemasaran Relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Secara simultan Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Relasional berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

2.3 Kerangka Pemikiran

Merujuk pada penjabaran dari Sugiyono (2017), kerangka pemikiran ialah sebuah rangka konseptual yang menjabarkan tahapan teori bisa berkorelasi terhadap faktor-faktor yang diteliti dan dijadikan dasar dalam penyusunan hipotesis penelitian. Merujuk pada penjabaran tersebut, bisa dirumuskan kerangka konseptual seperti berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Merujuk pada penjabaran dari Sugiyono (2017), hipotesis ialah simpulan tidak permanen pada rumusan masalah yang diajukan, yang validitasnya perlu harus diuji melalui langkah yang empiris.

Hipotesis yang bisa diajukan oleh peneliti yakni seperti berikut:

- H₁: Terdapat pengaruh *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian di Toko Idiofyia.
- H₂: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Idiofyia.
- H₃: Terdapat pengaruh *Cash On Delivery* (COD) dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Idiofyia.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi studi ini ialah Toko Idiofyia yang terletak di Jalan Sutrisno No. 169D, Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu dilangsungkannya studi ini yaitu mulai Maret 2024 sampai pada bulan Desember 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Studi ini menerapkan data kuantitatif, yaitu suatu studi positivis. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif biasanya melibatkan pemilihan sebagian kecil masyarakat atau seluruh populasi untuk diteliti guna mengumpulkan data yang dapat diukur. Untuk memperoleh hasil yang dapat diandalkan, data dikumpulkan menggunakan alat ukur yang telah direncanakan sebelumnya dan dievaluasi menggunakan metode statistik. Ide utama di balik metode ini adalah menggunakan analisis data untuk mengonfirmasi atau membantah asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu, penelitian kuantitatif menggunakan

pemrosesan data yang sistematis dan terstruktur untuk memperoleh hasil yang akurat dan dapat digeneralisasi.

3.2.2 Sumber Data

Pemahaman yang lebih komprehensif tentang subjek yang diteliti dicapai melalui integrasi data primer dan sekunder pada studi ini. Peneliti dapat menghimpun data terkini dan relevan langsung dari sumbernya ketika mereka melakukan pengumpulan data primer dengan mendistribusikan kuesioner kepada partisipan. Di sisi lain, data sekunder dikumpulkan dari berbagai acuan tertulis yang telah tersedia, termasuk dokumen, laporan, dan literatur yang relevan. Untuk lebih memahami temuan penelitian, data sekunder ini memberikan konteks dan latar belakang yang diperlukan.

Dengan demikian, penelitian dapat memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif dan mendalam dengan menggabungkan kedua data tersebut yaitu data primer memberi peneliti akses ke akun langsung responden, sementara data sekunder mengumpulkan informasi dari berbagai sumber untuk menghasilkan gambaran yang lebih luas dan terorganisir (Sugiyono, 2017).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Pada suatu studi ilmiah, "populasi" didefinisikan sebagai entitas atau sekumpulan kelompok yang memiliki atribut yang sama yang akan menjadi dasar penelitian. Peneliti harus memastikan demografi ini untuk menjamin bahwa sampel

mewakili kelompok yang relevan terhadap studi yang tengah dilangsungkan. Dalam menarik kesimpulan yang akurat dan dapat digeneralisasi dari penelitian, populasi perlu ditentukan. Dengan kata lain, penelitian tidak akan mungkin dilakukan tanpa populasi secara keseluruhan. Dari kumpulan orang inilah peneliti menarik kesimpulan tentang fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2017). Responden pada studi ini ialah konsumen yang melakukan pembelian menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia pada tahun 2024, dengan total populasi sebanyak 27.650 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Peneliti memilih representasi dari populasi yang lebih besar untuk dikaji dengan harapan bahwa temuan mereka akan menjadi indikasi komunitas secara keseluruhan. Sebagian ini disebut sampel. Jika peneliti menggunakan sampel untuk mewakili sebagian kecil populasi, mereka akan dapat mengekstrapolasi hasil yang lebih akurat. Penting untuk menggunakan metode tertentu saat mengambil sampel untuk menjamin bahwa hasilnya akan mewakili populasi secara keseluruhan. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan apa yang dikenal sebagai "*simple random sampling*" untuk memilih sampel secara acak dari komunitas tanpa memperhitungkan faktor demografi. Untuk mencegah bias dan menjamin bahwa hasil penelitian bersifat representatif, setiap bagian populasi mempunyai peluang yang serupa untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2017).

Karena total populasi dalam penelitian ini sebanyak 27.650 pelanggan, maka untuk menentukan total sampel digunakan rumus *slovin* melalui penerapan

derajat kepercayaan 95% dan batas kesalahan sejumlah 5%. Rumus *slovin* digunakan untuk menyederhanakan jumlah populasi yang besar agar menjadi sampel yang representatif (Sugiyono, 2017). Rumus yang diterapkan yakni seperti berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Ket:

n = Total Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (5%)

$$n = \frac{27.650}{1 + 27.650 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{27.650}{1 + 69,1}$$

$$n = \frac{27.650}{70,1}$$

$$n = 394,3$$

$$n = 394$$

Berdasarkan hasil perhitungan melalui penerapan rumus *slovin* dan tingkat toleransi kesalahan yakni sejumlah 5%, maka bisa didapatkan total sampel yakni sejumlah 394 pelanggan.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional ialah sebuah panjabaran dari tiap variabel ke bentuk indikator yang dapat diukur secara jelas dan terstruktur. Tujuannya adalah agar setiap variabel yang diteliti memiliki batasan yang pasti dan bisa diukur secara objektif melalui instrumen penelitian yang digunakan (Sugiyono, 2017). Adapun penjelasan mengenai definisi operasional dari tiap variabel, beserta indikator yang diterapkan menjadi acuan pengukuran pada studi ini, disajikan pada uraian berikut.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Cash On Delivery</i> (X ₁)	Sebuah metode pembayaran yang digunakan konsumen untuk melakukan pembelian secara <i>online</i> , yang memungkinkan pembayaran dilakukan secara tunai setelah barang diterima di alamat penerima.	1. Keamanan 2. Privasi 3. Kepercayaan	Skala <i>Likert</i>
	<i>Sumber:</i> Halaweh (2017)	<i>Sumber:</i> Halaweh (2017)	
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Mengacu pada sejauh mana suatu layanan secara konsisten memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan klien, sehingga menjamin kepuasan pelanggan.	1. Bukti Fisik 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan 5. Empati	Skala <i>Likert</i>
	<i>Sumber:</i> Wirtz & Lovelock (2022)	<i>Sumber:</i> Zeithaml et al. (2010)	
Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan yang dilangsungkan konsumen dalam memperoleh suatu produk setelah adanya stimulus pembelian.	1. <i>Brand</i> 2. <i>Dealer</i> 3. <i>Quantity</i> 4. <i>Timing</i> 5. <i>Payment Method</i>	Skala <i>Likert</i>
	<i>Sumber:</i> Kotler & Keller (2016)	<i>Sumber:</i> Kotler & Keller (2016)	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data pada studi ini berasal dari berbagai sumber, termasuk survei, wawancara, dan dokumen. Tujuan penelitian menjadi dasar pemilihan strategi pengumpulan data ini. Dalam penjelasannya tentang metode pengumpulan data, dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu survei, wawancara, dan tinjauan pustaka sebagai beberapa pilihan yang paling umum (Sugiyono, 2017).

1. Kuesioner

Untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian ini, dibuatlah kuesioner dan disebarakan kepada partisipan. Tujuan penelitian ini menjadi dasar penyusunan kuesioner ini, yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur sentimen individu atau kelompok terhadap isu sosial tertentu. Fenomena sosial tertentu ini merupakan variabel penelitian, dan peneliti memilihnya secara acak. Melalui penerapan skala *likert*, variabel pada studi ini diukur, sehingga memungkinkan indikator yang lebih tepat. Pertanyaan atau komentar yang menyusun *item* instrumen didasarkan pada indikator-indikator ini. Tingkat persetujuan atau evaluasi ditunjukkan dalam gradasi jawaban untuk setiap *item* skala *likert* pada instrumen, yang dinyatakan dalam kata-kata dan skor seperti:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategory	Nilai skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Wawancara

Wawancara pada studi ini menerapkan suatu metode tidak terstruktur, peneliti tidak mematuhi aturan wawancara yang dikembangkan pada konteks yang sistematis dan komprehensif. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi tambahan atau gambaran umum mengenai permasalahan yang berkaitan dengan variabel penelitian, berdasarkan tanggapan responden yang telah mengisi kuesioner (Sugiyono, 2017).

3. Studi dokumentasi

Apa yang disebut "dokumentasi" sebenarnya hanyalah catatan tentang apa yang telah terjadi. Pada studi ini, dokumentasi berformat dokumen yang dapat berupa tekstual, visual, dan bentuk lainnya yang relevan dengan topik yang diteliti (Sugiyono, 2017).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah tahapan pengorganisasian data, pengurutan, pengelompokan, pemberian kode, serta kategorisasi data agar pola, hubungan, dan makna yang mendalam dapat ditemukan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam penelitian (Sugiyono, 2017).

3.6.1 Uji Validitas

Instrumen penelitian, termasuk kuesioner, harus menjalani uji validitas untuk menentukan keandalan dan validitasnya. Agar kuesioner dianggap valid, pertanyaan dan pernyataannya harus mampu mengkarakterisasi atau mengukur

konstruk yang diteliti secara memadai dan tepat. Secara sederhana, tujuan pengujian validitas adalah untuk menjamin bahwa tujuan penelitian terpenuhi, kuesioner relevan dan dapat diterima, dan dapat memberikan data yang valid untuk mendukung temuan yang tepat. Pengujian validitas yang akurat sangat penting untuk memastikan bahwa temuan penelitian mencerminkan situasi dan kejadian di dunia nyata (Ghozali, 2021).

Uji signifikansi dilaksanakan melalui cara membandingkan skor r_{hitung} dan r_{tabel} . Derajat kebebasan diukur melalui penerapan rumus $n - 2$, n = sampel, dan tingkat signifikansi (*alpha*) yang digunakan adalah sejumlah 5%. Ketetapan yang ada pada uji ini yakni seperti berikut:

1. $r_{hitung} > r_{tabel}$, kuesioner bisa diindikasikan valid
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$, kuesioner bisa diindikasikan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Untuk menentukan seberapa baik kuesioner dapat mewakili variabel atau konstruk yang diteliti, pengujian reliabilitas dilakukan. Jika pernyataan responden menjabarkan sedikit atau tidak ada perbedaan antar waktu, kita dapat mengatakan bahwa kuesioner tersebut dapat diandalkan. Saat mengevaluasi reliabilitas, *Cronbach's Alpha* adalah alat yang umum digunakan. Berikut ini adalah kondisi di mana keputusan pengujian reliabilitas dibuat (Ghozali, 2021).

1. $< 0,6$ = buruk.
2. $0,6-0,79$ = diterima.
3. $> 0,8$ = baik.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk menjamin keakuratan data yang diterapkan pada analisis regresi dan tidak mengandung bias, serangkaian pengujian yang dikenal sebagai uji asumsi klasik perlu dilangsungkan. Pengujian ini dirancang dalam menjamin bahwa data yang dianalisis mematuhi asumsi dasar model regresi, mencakup bahwa data tersebut normal, linier, multikolinear, dan heteroskedastik. Keyakinan peneliti terhadap validitas dan konsistensi simpulan yang ditarik dari suatu analisis dapat ditingkatkan dengan memeriksa apakah data tersebut memenuhi asumsi-asumsi ini (Ghozali, 2021).

3.6.3.1 Uji Normalitas

Maksud utama dari uji normalitas yakni dalam menentukan apakah residual atau variabel yang memengaruhi pada sebuah model regresi terdistribusi normal. Khususnya untuk sampel yang lebih kecil, uji statistik kehilangan validitasnya jika kondisi normalitas ini tidak terpenuhi. Dimungkinkan untuk menentukan apakah residual mengikuti distribusi normal menggunakan analisis grafik atau uji statistik. (Ghozali, 2021).

1. Analisis Grafik

Tahapan yang mudah dalam menilai kenormalan residual yakni melalui tahap menganalisis histogram yang menyandingkan distribusi data secara normal. Tetapi, hanya memeriksa histogram saja bisa jadi menyesatkan, terutama jika ukuran sampelnya terbatas. Pendekatan yang lebih baik melibatkan penggunaan peta probabilitas normal, yang menyandingkan

distribusi kumulatif data dan distribusi normal. Distribusi normal akan mengembangkan garis diagonal lurus, yang akan digunakan untuk mengevaluasi *plot* data residual. Jika distribusi data residual normal, garis yang mewakili data aktual akan sejajar dengan garis diagonal (Ghozali, 2021).

2. Analisis Statistik

Pengujian normalitas grafis dapat menipu jika tidak dilakukan dengan cermat, karena tampilan normalitas visual mungkin tidak sesuai dengan bukti statistik yang menyatakan sebaliknya. Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), uji statistik nonparametrik, bisa diterapkan dalam menilai normalitas residual secara kuantitatif. Hipotesis yang diterapkan pada uji ini yakni seperti berikut (Ghozali, 2021).

- a. H_0 : Data residual berdistribusi normal
- b. H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Pada uji ini, pedoman yang digunakan yaitu:

- 1. Jika skor signifikan $> 0,05$ data residual berdistribusi normal
- 2. Jika skor signifikan $< 0,05$ distribusi data residual tidak normal

3.6.3.2 Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah dalam mengetahui apakah variabel independen model regresi berkorelasi. Korelasi antara variabel independen seharusnya tidak ada dalam model regresi yang dirancang dengan baik. Kemampuan untuk mendeteksi masalah multikolinearitas terganggu jika variabel

independen berkorelasi, hal ini terjadi ketika variabel tidak ortogonal (Ghozali, 2021).

1. Skor *tolerance* dan kebalikannya
2. VIF.

Tingkat pengaruh atau penjelasan satu variabel independen oleh variabel independen lain dapat dinilai menggunakan kedua metrik ini. Tingkat variasi yang tidak dapat dijelaskan dalam satu variabel independen disebut *tolerance*. Oleh karena itu, kita perlu mempertimbangkan ketentuan berikut untuk menilai *tolerance* dan VIF dalam model regresi:

1. $VIF < 10$ dan *tolerance* $> 0,10$ dianggap tidak ada multikolinieritas.
2. $VIF > 10$ dan *tolerance* $< 0,10$ dianggap ada multikolinieritas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Saat menjalankan model regresi, uji heteroskedastisitas harus mengungkap apakah varians residual tidak sama di seluruh pengamatan. Dikatakan homoskedastisitas jika varians residual tidak berubah di seluruh pengamatan. Di sisi lain, heteroskedastisitas menggambarkan situasi di mana varians berfluktuasi. Untuk menghindari heteroskedastisitas, atau model regresi yang layak harus homoskedastisitas. Langkah dalam menemukan heteroskedastisitas yakni melalui langkah memeriksa grafik *scatterplot*, yang menunjukkan skor prediksi pada sumbu Y dan *residual studentized*, perbedaan antara keduanya pada sumbu X. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan bagan (diagram *scatterplot*) untuk mencapai tujuannya (Ghozali, 2021).

1. Adanya pola yang jelas pada diagram sebar, seperti titik yang menunjukkan formasi yang terpola, menandakan adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika diagram sebar tidak menjabarkan pola yang rinci dan titik-titik tersebut terdistribusi acak di sekitaran sumbu Y pada angka nol, maka bisa dijabarkan bahwa heteroskedastisitas tidak ada pada model regresi.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda diterapkan dalam mengevaluasi jenis dan arah korelasi pada variabel independen dan dependen, serta tingkat hubungan antara berbagai variabel. Untuk mengetahui besaran pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen, para peneliti pada studi ini menerapkan analisis regresi berganda memberikan rumus yang dapat digunakan untuk menghitung pengaruh tersebut (Ghozali, 2021).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y	: Keputusan Pembelian
X ₁	: <i>Cash On Delivery</i>
X ₂	: Kualitas Pelayanan
a	: Konstanta
b ₁ , b ₂	: Koefisien regresi variabel bebas
e	: <i>Term of error</i> (5%)

3.6.5 Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis sebagai prosedur penelitian adalah untuk menentukan, dengan menggunakan data dari sampel, apakah hipotesis yang diberikan dapat diterima atau ditolak. Tujuan pengujian hipotesis dalam penelitian kuantitatif adalah untuk menentukan apakah variabel yang diteliti berhubungan atau berbeda secara signifikan. Peneliti dapat menentukan apakah hasil sampel cukup kuat untuk mendukung atau menolak hipotesis dengan menggunakan analisis statistik. Dengan demikian, pengujian hipotesis merupakan metode penting dalam penelitian kuantitatif untuk memverifikasi atau menyangkal hipotesis asli (Sugiyono, 2017).

3.6.5.1 Uji Parsial (uji t)

Jika semua faktor lain tetap konstan, uji-t menentukan seberapa besar pengaruh dari tiap variabel independen pada variabel dependen. Maksud dari uji ini yakni dalam mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang cukup signifikan pada variabel dependen (Ghozali, 2021). Berikut adalah petunjuk yang harus diikuti untuk uji ini:

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, secara parsial variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan pada variabel dependen.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, secara parsial variabel independen berpengaruh positif dan signifikan pada variabel dependen.

Hipotesis bisa diamati apakah diterima melalui komparasi pada skor t_{hitung} dan t_{tabel} melalui tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%. Kriteria pengukuran hipotesis pada uji t yakni seperti:

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ bisa diindikasikan H_0 diterima
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ bisa diindikasikan H_0 ditolak.

3.6.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Jika semua variabel independen model memengaruhi variabel dependen pada saat yang sama, maka uji F akan memberikan hasil positif. Uji tersebut dirancang dalam menentukan besaran dimensi variabel independen memengaruhi variabel dependen jika dipertimbangkan secara bersamaan. Berikut ialah teknik uji yang diuraikan oleh Ghozali (2021).

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, secara simultan variabel independen tidak berpengaruh secara positif dan signifikan pada variabel dependen
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya secara simultan variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan pada variabel dependen

Pada studi ini skor F_{hitung} akan dibandingkan terhadap skor F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria pada uji uji simultan yakni seperti berikut:

1. $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05 = H_0$ diterima
2. $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05 = H_0$ ditolak

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam mengevaluasi keoptimalan model regresi menjabarkan varians variabel dependen, diterapkan R^2 . Skor dari R^2 bisa berkisar antara 0 hingga 1. Kapasitas variabel independen dalam menjabarkan varians variabel dependen terbatas jika skor R^2 kecil. Sebaliknya, jika skor R^2 hampir 1, mengindikasikan variabel independen bisa menjabarkan hampir semua varians variabel dependen secara memadai (Ghozali, 2021).

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta penjabaran yang sudah dilangsungkan, bisa disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji t membuktikan variabel *Cash On Delivery* (COD) (X_1) secara parsial berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian konsumen di Toko Idiofyia. Artinya, semakin mudah, aman, dan terpercaya sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) yang ditawarkan, maka akan semakin merangsang konsumen dalam melangsungkan pembelian.
2. Hasil uji t juga menjabarkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pelayanan yang cepat, responsif, ramah, serta informatif terbukti mampu meningkatkan keputusan konsumen dalam berbelanja di Toko Idiofyia.
3. Hasil uji F memperkuat bahwa variabel *Cash On Delivery* (COD) dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel ini secara bersamaan memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan keputusan konsumen dalam memperoleh produk dari Toko Idiofyia.

5.2 Saran Teoritis

Merujuk pada keterbatasan yang ada, maka penulis memberikan saran teoritis yang bisa diproyeksikan menjadi referensi untuk peneliti lainnya dalam rangka memperkaya pengembangan ilmu pengetahuan, sebagai berikut:

1. Perluasan Variabel Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada dua variabel independen, yaitu metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) dan kualitas pelayanan, dalam menganalisis pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup variabel penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain, seperti harga, kualitas produk, dan saluran distribusi.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu Toko Idiofyia. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya. Contohnya penelitian di beberapa toko *online* yang berada di wilayah Kota Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 394 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisis yang telah penulis lakukan, maka diperoleh implikasi yang dapat diberikan kepada Toko Idiofyia sebagai berikut:

1. *Cash On Delivery* (COD) di Toko Idiofyia perlu mendapat perhatian khusus sebagai upaya untuk mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen, seperti:
 - a. Toko Idiofyia disarankan untuk tetap mempertahankan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) karena metode ini dinilai memberikan rasa aman bagi konsumen. *Cash On Delivery* (COD) memungkinkan pembeli untuk melakukan pembayaran setelah barang diterima, sehingga dapat meminimalkan kekhawatiran terhadap risiko penipuan maupun ketidaksesuaian produk yang dipesan. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh fleksibilitas dalam pilihan metode pembayaran yang disediakan oleh penjual.
 - b. Toko Idiofyia disarankan untuk meningkatkan pengalaman konsumen dalam menggunakan metode *Cash On Delivery* (COD), misalnya melalui keakuratan pesanan, percepatan pengiriman, serta pemberian notifikasi yang informatif. Pengalaman positif tersebut akan memperkuat kepercayaan konsumen dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang.

2. Kualitas pelayanan di Toko Idiofyia perlu menjadi perhatian dan ditingkatkan untuk menunjang kenyamanan konsumen dalam berbelanja serta mendorong peningkatan keputusan pembelian, seperti:
 - a. Tampilan platform Toko Idiofyia yang saat ini sudah memudahkan pembeli dalam mencari produk perlu dipertahankan. Navigasi yang intuitif serta informasi produk yang lengkap menjadi nilai tambah dalam mendukung keputusan pembelian.
 - b. Toko Idiofyia disarankan untuk meningkatkan kecepatan dan kualitas respons karyawan terhadap pertanyaan dan keluhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan menetapkan standar waktu respons, menerapkan sistem otomatisasi seperti *chatbot* dan template jawaban, menambah staf *customer service*, serta melakukan *monitoring* dan pelatihan secara berkala untuk meningkatkan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, F. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Mahardhika*, 22(2), 271-27
- Afrida, F., & Setyorini, D. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Green Innovation Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sustainable Accounting Sebagai Variabel Moderating. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 221-233.
- Afrida, F., Nasution, L. E., Setyorini, D., Harahap, D. S., Sihombing, I. R., & Simbolon, D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Quizizz sebagai Media Pembantu Guru dalam Pembuatan Soal Pilihan Berganda pada Guru-guru di SMKS Budi Agung Medan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(08), 698-704.
- Afrizal, A., Marliyah, M., & Fuadi, F. (2021). Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi Dan Syariah). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 13-41.
- Afrizal, S. S., & Sugianto.(2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT Kita*, 6(1), 147-157.
- Alfiana, A., Loo, P., Judijanto, L., Rakinaung, J. C., & Durya, N. P. M. A. (2024). Analysis Of The Effect Of Macroeconomic Variables On Returns Of Mutual Fund Shares Traded At State Owned Bank. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 223-228.
- Bukit, N., Siagian, S. H., & Nainggolan, S. G. V. (2023). Effect of Current Ratio and Activity Ratio on Profitability in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (2018-2021). *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 603-608.
- Chusumastuti, D., Elisabeth, C. R., Nurali, N., Suryadharma, M., & Sinaga, H. D. E. (2023). Gangguan digital dan transformasi ekonomi: menganalisis dampak e-commerce terhadap industri tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 173-185.
- Darmawati, D., Hidayah, Y., Tarigan, E., Amril, A., & Loo, P. (2023). Pengaruh Prestasi Kerja, Jabatan Kerja, Kepemimpinan Transformal, Kepedulian Lingkungan dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru SMA di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 745-771.
- Gultom, P., Januarty, W., & Tiofanny, C. (2025). Studi Literatur: Pengembangan Talenta Digital untuk Transformasi Digital di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-13.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Hek, T. K., & Angeline, V. (2020). Analisis Pengaruh Return On Asset, Current Ratio, Debt To Equity, dan Total Asses Turnover Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI pada Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8(6).
- Hek, T. K., & Gani, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Pajak PBB di Kecamatan Patumbak. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1001-1006.
- Hek, T. K., Pardede, S. L. A., & Pangestu, Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada

Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 9(3).

- Hutabarat, M. I., Firmansyah, E., Sitompul, S., Loo, P., Harahap, N. D., & Zai, F. Y. (2022). Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda dengan Memahami Penghasilan Tidak Kena Pajak bagi Siswa SMA Swasta Indonesia Membangun Medan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 40-48.
- Irawati, N., Sinaga, H. D., & Siddik, M. (2018). PEMBELAJARAN TEKNOLOGI KOMPUTER BIDANG PERKANTORAN BAGI PERANGKAT DESA DI KECAMATAN BUNTU PANE. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(2), 19-22.
- Kaseng, A., Tamba, I. F. U., Hou, A., Nainggolan, S. G., & Tambunan, D. (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UKM. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 8464-8475.
- Loo, P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien BPJS pada RS. Insani Stabat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(1), 1.
- Loo, P. (2021). Pengaruh Pengawasan, Kepuasan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pada Hotel Grand Aston Medan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1).
- Loo, P., & Kristina, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Loo, P., & Marpaung, L. W. (2024). Workshop Suply Chain Manajemen Untuk Meningkatkan Efisiensi Bisnis Dengan Menggunakan Aplikasi Moonsonsim Di SMA Wiyata Dharma. *Jurnal TUNAS*, 5(2), 93-97.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Loo, P., Novilia, F., Raharjo, T. B., Semmawi, R., & Abas, A. J. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle On Impulse Buying Behavior With Positive Emotion As A Moderating Variable. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1526-1534.
- Loo, P., Situmorang, I. R., Simarmata, A., & Nainggolan, S. G. (2023). Sosialisasi Cara Sehat Mengelola Keuangan Keluarga Kepada Para Ibu di GKPI Jemaat Khusus Teladan. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 2(02), 66-72.
- Majid, M. S. A., Marliyah, M., Handayani, R., Fuadi, F., & Afrizal, A. (2022). A study of literature: Cryptocurrency of Syariah perspective. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBS)*, 2(1), 93-102.
- Muhajir, A., Sinaga, H. D. E., Utami, E. Y., Karo-karo, A. P., & Triadi, D. (2024). Pengaruh Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Penerimaan Pasar pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 103–114. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.368>
- Nadia, C., Hambali, H., & Sinaga, H. D. E. (2022). IMPLEMENTATION GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS IN UMKM MAPPING IN THE BATU BATU REGENCY. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 969-974.

- Nainggolan, S. G. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Kredit Konsumtif CV. Multi Global Perkasa. *Jatilima*, 1(2), 22-32.
- Nainggolan, S. G. V., & Simarmata, A. M. (2023). PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA UNTUK UMKM. *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 20-25.
- Nainggolan, S. G., & Bukit, N. (2023). Pengaruh Kinerja Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan PT. Industri Karet Deli Periode 2009-2021. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(02), 71-77.
- Nicholas, N., Sinaga, H. D. E., & Rezeki, S. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGETAHUAN TEKNOLOGI, KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING DENGAN MEDIASI ANIMO TRANSAKSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 724-740.
- Nurdiani, T. W., Anas, M., Afrizal, A., & Sulistiana, I. (2023). The impact of data volume and analytical complexity in Big Data technology on financial performance prediction in financial companies in Indonesia. *The ES Accounting And Finance*, 2(01), 64-76.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Putri, C. S., Sembiring, M. A., & Sinaga, H. D. E. (2022). Skin Disease Detection Expert System Using Naive Bayes Classifier Method. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 9(1), 91-96.
- Sari, N. L., Saputra, H., & Sinaga, H. D. E. (2021). Implementasi Supply Chain Management Berbasis Web Untuk Pengelolaan Stok Dan Distribusi Spare Part Handphone Pada Erwin Ponsel. *J-Com (Journal of Computer)*, 1(2), 103-108.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. (2020). Pengembangan Kemampuan Guru dalam Menjalankan PJJ Menggunakan Teknologi Dan Media Pembelajaran Daring. *Jurnal Anadara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluhan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 381-387.
- Sibuea, D. N., Simorangkir, E. N., & Wahyuni, P. (2023). Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan, ROA, current ratio dan total asset turnover terhadap struktur modal pada perusahaan property & real estate di BEI tahun 2019-2021. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5292-5306.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Pengembangan media pembelajaran ular tangga aljabar siswa sekolah dasar. *Jurnal Education and Development*, 6(2), 9-9.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Peningkatan Kemampuan Matematika Siswa Sekolah Dasar Melalui Media Pembelajaran Ular Tangga Aljabar. *Jurnal Mathematics Paedagogic*, 3(1), 25-30.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). Analisis perilaku minat wisatawan berkunjung kembali ke pulau samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2),

190-202.

- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *Journal of Science and Social Research*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Melirik Hidroponik Sayuran Segar Skala Rumah Tangga Sebagai Peluang Usaha. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(1), 29-33.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Perbandingan double moving average dengan double exponential smoothing pada peramalan bahan medis habis pakai. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 4(2), 197-204.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2022). Penerapan Trend Moment Untuk Meramalkan Penjualan Produksi Kelapa Sawit Di Kebun Buntu Pane, Kabupaten Asahan. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 6(2), 601-614.
- Sinaga, H. D. E., & Latiffani, C. (2019). Motivasi Dan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Perekonomian Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sendang Sari Kec. Kisaran Barat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina, S. (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science and Social Research*, 7(1), 38-43.
- Sinaga, H. D. E., Hutahaean, J., & Siagian, Y. (2020). Kreatif, indah dan berpeluang bisnis lewat Kokedama. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(3).
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sinaga, H. D. E., Lazuardi, D., & Wangsa, F. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656-1663.
- Sinaga, H. D. E., Piliang, R., & Anggraeni, D. (2022). Belajar Membuat Grafik Linier Sederhana Bagi Siswa SMA Panti Budaya Kisaran. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(3), 139-144.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Manik, D. (2022). Pemanfaatan Tumbuhan Melalui Edukasi Ecoprint Yang Ramah Lingkungan Di Kecamatan Air Joman. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(3), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Syah, A. Z. (2021). Mengembangkan Kreativitas Ibu-ibu Dharma Wanita Persatuan Melalui Ecoprint di RSUD HAMS. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(2), 74-80.
- Sinaga, H. D. E., Syafnur, A., & Irawati, N. (2021). Pelatihan Pemantapan Pengolah Kata dan Angka Untuk Pembuatan Laporan Kepada Pegawai Pemerintahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(2), 181-188.
- Sinaga, H. D. E., Syamsulbahri, S., Muhajir, A., & Darmayanti, N. (2024). Analysis of the Effect of Social Media Usage, Search Engine Optimization, and Content Strategy on Business Growth in the E-Commerce Industry in Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 2(01), 11-18.

- Sinaga, H. E., Fenny, F., Nainggolan, E., & Januarty, W. (2024). The Effect of Environmental Awareness, Sustainable Corporate Image, and Green Product Price on Consumer Purchase Intention in Indonesia. *West Sci. Soc. Humanit. Stud*, 2(05), 899-911.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, F., & Pane, Y. (2024). Internal Company Behavioral factors that influence financial fraud. *Journal Accounting International Mount Hope*, 2(1), 57-66.
- Situmorang, I. R., & Situmorang, F. (2022). Penerapan absensi berbasis sistem digitalisasi di PT. Abdi Budi Mulia. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 83-89.
- Sujinny, S., Loo, P., & Nasution, L. E. (2024). The Role of People's Business Credit (Kur) and The Use of E-Marketing For The Development of Msmes In Medan Deli District In Medan City. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(1), 233-243.
- Swasono, M. A. H., Bakti, R., Yusniar, Y., Silaen, M., & Afrizal, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Kelangsungan dan Mengembangkan Usaha Bakmie Purnama. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 16-26.
- Tambunan, D., Amalia, F., Yanuarisa, Y., Grace, S., Nainggolan, V., & Fadila, Z. (2022). Improving accounting understanding through mathematical logical intelligence and emotional intelligence through learning interest student at mahkota tricom superior university. *Jurnal Mantik*, 6(2), 1506-1513.
- Tan, K. H., Maria, E., & Christin, S. (2020). Pengaruh Perputaran kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Return On Equity Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 3(1), 27-38.
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruhi pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P., & Silaban, P. S. (2022). Tax Planning and Tax Avoidance The Effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3849-3855.
- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.
- Wibaselppa, A., Santosa, T. A., Batjo, S. N., Fauzi, R. U. A., Nugraha, A. R., Sinaga, H. D. E., & Wulandari, A. S. R. (2025). The role of employee engagement in increasing Millennial and Gen Z employee retention. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 51-56.
- Yanti, E. D., Efendi, B., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan sistem bimbingan konseling metode forward chaining mts s ppm shadr el-islam asahan. *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 1(3), 203-210.

- Gultom, P. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa pada CV. Indo Prima Medan. *Jurnal Senashtek*, 2(1), 336–342. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek2/article/view/681/470>
- Sinaga, H. D. E. (2024). Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Sosmed Cafe. *Senashtek 2024*, 2(1), 313-320. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek2/article/view/678/467>
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242. <https://doi.org/10.47663/jmbep.v8i2.248>

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian penelitian saya, maka saya memohon bantuan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini untuk membantu data penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh *Cash On Delivery* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee Di Toko Idiofyia”**.

Petunjuk pengisian:

1. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tingat Setuju
2. Mohon dalam pengisian kuesioner, dilakukan seobjektif mungkin, Agar hasil dari kuesioner ini yang akan dilakukan dalam penelitian dengan judul di atas dapat memberikan hasil yang optimal. Setelah selesai mengisi kuesioner ini, mohon diperiksa kembali apakah seluruh pernyataan telah selesai dijawab. Terima kasih.

Identitas responden:

Jenis kelamin: ☐ perempuan ☐ laki-laki

Usia : ☐ < 20 tahun ☐ 21 – 30 tahun ☐ 31– 40 tahun

☐ 41 – 50 tahun ☐ > 50 tahun

Metode Pembayaran: ☐ COD ☐ Non COD

Frekuensi Berbelanja di Toko Idiofyia:

☐ 1-2 kali ☐ 3-4 kali ☐ > 4 kali

Kuesioner:

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Cash On Delivery (X ₁)						
Indikator: Keamanan						
1	Metode pembayaran <i>cash on delivery</i> dirasa aman karena memungkinkan pembeli membayar barang setelah diterima.					
2	Metode <i>cash on delivery</i> dapat mengurangi risiko penipuan dalam belanja <i>online</i> .					
Indikator: Privasi						
1	Metode <i>cash on delivery</i> dapat menjaga kerahasiaan data pribadi pembeli.					
2	Metode <i>cash on delivery</i> dapat melindungi informasi keuangan pembeli dari penyalahgunaan.					
Indikator: Kepercayaan						
1	Pembeli cenderung lebih percaya berbelanja di toko yang menyediakan opsi pembayaran <i>cash on delivery</i> .					
2	Pengalaman menggunakan metode <i>cash on delivery</i> dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap Toko Idiofyia					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Kualitas Pelayanan (X ₂)						
Indikator: <i>Tangibles</i>						
1	Tampilan platform Toko Idiofyia memudahkan pembeli dalam mencari produk yang diinginkan.					
2	Informasi yang ditampilkan pada Toko Idiofyia lengkap dan mudah dipahami.					
Indikator: <i>Reliability</i>						
1	Toko Idiofyia selalu memenuhi janji layanan sesuai yang dijanjikan.					
2	Pengiriman produk dari Toko Idiofyia selalu tepat waktu.					
Indikator: <i>Responsiveness</i>						
1	Karyawan Toko Idiofyia cepat merespons pertanyaan atau keluhan pembeli.					
2	Toko Idiofyia tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.					
Indikator: <i>Assurance</i>						
1	Pembeli merasa yakin dengan kompetensi dan profesionalisme karyawan Toko Idiofyia.					
2	Layanan dari Toko Idiofyia memberikan rasa aman bagi pembeli dalam bertransaksi.					
Indikator: <i>Empathy</i>						
1	Toko Idiofyia memberikan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan pembeli.					
2	Toko Idiofyia memahami dan menghargai kebutuhan pribadi pembeli sebagai pelanggan.					

No	Pertanyaan	Kriteria Pemilihan				
		STS	TS	KS	S	SS
Keputusan Pembelian (Y)						
Indikator: <i>Brand</i> (Pilihan Merek)						
1	Saya membeli produk di Toko Idiofyia karena mereknya sudah dikenal dan dipercaya banyak orang.					
2	Saya lebih memilih produk dengan merek yang memiliki ulasan positif dibanding merek yang belum terkenal					
Indikator: <i>Dealer</i> (Pemilihan Penyalur)						
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Idiofyia selama proses pembelian.					
2	Saya percaya bahwa Toko Idiofyia menjual produk yang sesuai dengan deskripsi.					
Indikator: <i>Quantity</i> (Jumlah Pembelian)						
1	Saya membeli produk dalam jumlah tertentu karena menyesuaikan dengan kebutuhan saya.					
2	Saya cenderung membeli dalam jumlah lebih banyak jika ada promo atau diskon di Toko Idiofyia.					
Indikator: <i>Timing</i> (Penentuan Waktu)						
1	Saya membeli produk di Toko Idiofyia pada waktu yang tepat sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Saya mempertimbangkan momen promo seperti <i>flash sale</i> atau diskon sebelum membeli di Toko Idiofyia.					
Indikator: <i>Payment Method</i> (Metode Pembayaran)						
1	Saya memilih metode pembayaran yang menurut saya paling mudah dan praktis saat berbelanja di Toko Idiofyia.					
2	Saya merasa lebih nyaman bertransaksi di Toko Idiofyia menggunakan metode <i>cash on delivery</i> dibanding transfer bank atau <i>e-wallet</i> .					

LAMPIRAN 2
TABULASI KUESIONER RESPONDEN VALIDITAS DAN
RELIABILITAS

No.	Cash On Delivery (COD) (X ₁)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	4	5	5	5	4	28
2	4	4	4	4	4	5	25
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	2	3	3	2	3	4	17
6	3	3	3	3	3	4	19
7	4	5	5	5	5	5	29
8	4	4	4	4	4	3	23
9	2	3	3	2	3	4	17
10	5	4	5	5	4	4	27
11	5	5	5	5	4	5	29
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	3	4	3	3	4	4	21
15	4	3	3	4	4	4	22
16	4	4	5	4	4	4	25
17	5	5	4	5	4	4	27
18	5	5	5	4	4	5	28
19	4	3	3	3	3	4	20
20	4	3	4	5	4	5	25
21	4	4	3	4	5	5	25
22	3	3	3	3	3	4	19
23	5	4	4	5	4	5	27
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	3	4	4	5	24
26	4	3	3	5	3	4	22
27	4	3	3	4	3	4	21
28	5	3	4	4	4	5	25
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	3	4	4	4	4	23

No.	Kualitas Pelayanan (X ₂)										Total
	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
1	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	36
6	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
8	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	33
9	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
10	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
11	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
12	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	46
13	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
14	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
15	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	32
16	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
17	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
18	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
19	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	45
20	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
21	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
22	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	31
23	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	42
24	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
25	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	34
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	30
28	5	5	4	5	4	2	5	4	5	4	43
29	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
30	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37

No.	Keputusan Pembelian (Y)										Total
	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	
1	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35
2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37
3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	45
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
8	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
9	4	4	2	5	4	4	4	5	3	3	38
10	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	41
11	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
13	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
14	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	33
15	4	4	4	3	3	5	5	2	3	3	36
16	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
17	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	45
18	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	46
19	3	3	4	3	3	4	5	3	5	4	37
20	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	39
21	5	3	3	4	5	4	4	5	4	4	41
22	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	35
23	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
24	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	33
25	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	35
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	5	3	3	5	4	2	5	4	37
28	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44
29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
30	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	33

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

		Correlations						Cash On Delivery (X1)
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	
X1	Pearson Correlation	1	.635**	.725**	.871**	.650**	.474**	.885**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	.008	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.635**	1	.765**	.609**	.758**	.503**	.854**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	.005	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.725**	.765**	1	.694**	.716**	.418*	.875**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	.022	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.871**	.609**	.694**	1	.675**	.454*	.876**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	.012	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.650**	.758**	.716**	.675**	1	.555**	.862**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		.001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.474**	.503**	.418*	.454*	.555**	1	.640**
	Sig. (2-tailed)	.008	.005	.022	.012	.001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Cash On Delivery (X1)	Pearson Correlation	.885**	.854**	.875**	.876**	.862**	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	6

Correlations

[illegible]

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	.021	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	.907**	.899**	.874**	.866**	.625**	.728**	.860**	.846**	.886**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.949	10

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Keputusan Pembelian (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	.740**	.281	.705**	.578**	.449*	.445*	.515**	.435*	.450*	.744**
	Sig. (2-tailed)		<,001	.133	<,001	<,001	.013	.014	.004	.016	.013	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.740**	1	.502**	.761**	.483**	.520**	.538**	.442*	.542**	.621**	.818**
	Sig. (2-tailed)	<,001		.005	<,001	.007	.003	.002	.014	.002	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.281	.502**	1	.287	.398*	.489**	.467**	.135	.733**	.698**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.133	.005		.124	.029	.006	.009	.477	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.705**	.761**	.287	1	.603**	.437*	.569**	.551**	.517**	.592**	.806**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	.124		<,001	.016	.001	.002	.003	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.578**	.483**	.398*	.603**	1	.497**	.552**	.694**	.494**	.579**	.787**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.007	.029	<,001		.005	.002	<,001	.005	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.449*	.520**	.489**	.437*	.497**	1	.663**	.259	.643**	.567**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.013	.003	.006	.016	.005		<,001	.168	<,001	.001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.445*	.538**	.467**	.569**	.552**	.663**	1	.278	.621**	.545**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.014	.002	.009	.001	.002	<,001		.137	<,001	.002	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.515**	.442*	.135	.551**	.694**	.259	.278	1	.312	.352	.621**
	Sig. (2-tailed)	.004	.014	.477	.002	<,001	.168	.137		.093	.056	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.435*	.542**	.733**	.517**	.494**	.643**	.621**	.312	1	.798**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.016	.002	<,001	.003	.005	<,001	<,001	.093		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.450*	.621**	.698**	.592**	.579**	.567**	.545**	.352	.798**	1	.823**

	Sig. (2-tailed)	.013	<,001	<,001	<,001	<,001	.001	.002	.056	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.744**	.818**	.660**	.806**	.787**	.718**	.742**	.621**	.807**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha		N of Items
	.913	10

LAMPIRAN 4
TABULASI KUESIONER RESPONDEN

No.	Cash On Delivery (COD) (X ₁)						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	4	5	4	5	4	27
2	5	4	4	4	4	4	25
3	3	3	3	4	4	3	20
4	4	4	3	3	4	3	21
5	4	3	3	3	3	2	18
6	4	4	3	4	3	3	21
7	4	3	3	3	3	2	18
8	5	5	5	5	5	4	29
9	5	4	3	3	3	3	21
10	4	3	3	2	3	2	17
11	4	3	4	3	4	3	21
12	4	3	4	3	4	3	21
13	5	4	4	5	4	4	26
14	5	4	4	4	4	4	25
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	4	5	5	5	4	28
17	4	5	4	5	4	5	27
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	4	29
20	5	3	4	2	4	2	20
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	3	3	3	3	2	19
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	3	4	3	4	3	22
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	4	3	4	3	4	21
27	4	3	4	3	4	3	21
28	4	2	3	2	3	2	16
29	5	4	5	4	4	4	26
30	4	4	4	4	4	3	23
31	5	4	3	3	3	2	20
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	4	5	5	5	5	29
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	5	3	4	3	24
36	5	5	5	5	5	4	29
37	5	4	4	4	4	4	25

38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	4	29
40	5	5	4	4	4	4	26
41	5	3	3	3	4	3	21
42	5	4	5	4	5	4	27
43	5	5	5	5	4	4	28
44	5	3	4	4	4	3	23
45	4	5	4	5	4	5	27
46	5	4	4	4	4	4	25
47	3	3	3	3	3	3	18
48	5	4	5	4	5	4	27
49	5	4	5	4	4	4	26
50	4	2	3	3	3	2	17
51	5	4	3	4	4	3	23
52	5	4	5	4	4	4	26
53	5	5	5	4	4	4	27
54	4	4	3	4	4	3	22
55	5	5	4	5	4	5	28
56	4	4	4	4	4	3	23
57	4	4	4	3	4	3	22
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	4	4	4	4	26
60	4	4	4	4	4	3	23
61	4	4	5	5	5	4	27
62	5	4	4	4	4	4	25
63	5	5	5	5	5	4	29
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	3	3	2	3	2	17
66	4	3	3	3	3	2	18
67	5	5	5	5	5	5	30
68	3	4	4	4	4	4	23
69	4	3	3	2	3	2	17
70	4	4	5	5	4	4	26
71	5	5	5	5	4	4	28
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	3	3	4	3	21
75	4	3	3	4	4	4	22
76	4	4	5	4	4	4	25
77	4	5	4	5	4	5	27
78	5	5	5	5	4	4	28
79	4	3	3	3	3	4	20

80	5	4	4	5	4	4	26
81	5	4	5	4	5	4	27
82	4	3	3	3	3	3	19
83	5	5	4	5	5	5	29
84	4	3	4	4	4	3	22
85	5	4	4	4	4	3	24
86	4	3	3	2	3	2	17
87	4	3	3	3	3	2	18
88	5	5	4	5	4	5	28
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	4	3	23
91	4	4	3	4	4	4	23
92	4	5	4	4	4	4	25
93	5	4	4	4	4	4	25
94	4	4	4	4	4	3	23
95	4	5	4	4	4	3	24
96	4	4	4	3	3	3	21
97	5	4	4	4	4	4	25
98	4	4	3	4	4	4	23
99	5	4	5	4	4	4	26
100	4	4	3	3	3	4	21
101	5	5	5	4	5	5	29
102	5	5	5	5	5	4	29
103	5	5	4	5	4	5	28
104	4	4	4	4	5	4	25
105	5	4	5	4	5	4	27
106	5	4	4	4	4	4	25
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	4	4	4	4	4	24
109	5	5	4	4	4	4	26
110	5	5	5	5	5	5	30
111	3	4	4	4	4	4	23
112	5	5	4	5	5	4	28
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	4	3	4	3	4	22
115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	3	4	3	4	3	21
117	3	3	4	3	3	3	19
118	3	3	3	3	2	2	16
119	5	4	5	5	4	4	27
120	5	4	3	4	3	4	23
121	4	4	3	4	4	4	23

122	5	4	4	4	4	4	25
123	4	4	3	4	4	4	23
124	5	4	4	4	4	4	25
125	4	4	4	4	4	4	24
126	4	4	4	4	4	4	24
127	5	4	4	4	4	4	25
128	4	4	3	4	4	4	23
129	5	5	4	4	4	4	26
130	5	4	4	4	5	4	26
131	4	4	4	4	5	4	25
132	5	4	5	5	4	4	27
133	5	4	4	4	5	4	26
134	4	4	5	4	4	4	25
135	4	5	4	5	4	5	27
136	5	4	4	4	4	4	25
137	5	4	5	5	4	4	27
138	5	4	4	4	4	3	24
139	4	4	5	4	5	4	26
140	5	4	4	5	4	4	26
141	5	4	3	4	3	4	23
142	5	5	4	5	5	4	28
143	4	4	4	4	4	4	24
144	4	4	4	4	3	3	22
145	4	4	4	4	4	4	24
146	5	5	5	5	5	4	29
147	5	5	5	5	4	4	28
148	5	5	5	5	5	4	29
149	5	4	4	4	5	4	26
150	4	4	4	4	4	3	23
151	4	4	4	4	3	4	23
152	5	4	4	4	4	4	25
153	5	5	5	5	5	4	29
154	4	4	4	5	5	5	27
155	4	4	4	4	4	4	24
156	4	5	5	5	5	5	29
157	5	4	4	4	4	4	25
158	4	4	3	4	4	4	23
159	4	4	3	4	3	4	22
160	4	5	4	4	5	4	26
161	4	3	4	3	4	4	22
162	4	4	4	4	4	3	23
163	5	5	4	5	4	5	28

164	4	4	4	4	5	4	25
165	5	4	5	5	4	4	27
166	5	4	4	4	4	4	25
167	4	5	4	5	4	5	27
168	5	5	5	5	5	5	30
169	5	4	5	5	4	3	26
170	5	5	5	5	5	4	29
171	5	5	5	5	5	5	30
172	5	4	5	5	5	4	28
173	4	4	4	4	4	4	24
174	5	5	5	4	5	4	28
175	4	4	4	4	4	4	24
176	5	5	5	4	5	5	29
177	4	4	3	4	3	3	21
178	5	5	4	5	5	5	29
179	4	4	4	4	5	5	26
180	4	4	4	5	5	5	27
181	5	5	4	4	5	4	27
182	4	4	4	4	5	4	25
183	4	3	3	3	3	3	19
184	3	4	3	4	4	4	22
185	4	4	4	4	4	4	24
186	4	4	3	4	4	4	23
187	4	5	4	4	4	4	25
188	4	4	3	4	4	4	23
189	4	4	4	3	3	3	21
190	4	5	4	5	4	4	26
191	5	4	5	4	5	5	28
192	5	4	5	4	5	4	27
193	5	5	4	5	5	4	28
194	5	5	5	5	5	4	29
195	5	5	5	5	5	5	30
196	4	4	4	4	4	5	25
197	5	4	5	5	4	4	27
198	5	4	5	4	5	4	27
199	5	4	4	4	5	4	26
200	4	5	4	5	4	4	26
201	5	4	4	5	5	5	28
202	4	4	4	4	4	4	24
203	5	5	5	4	4	5	28
204	4	4	3	4	4	3	22
205	4	4	4	4	4	4	24

206	4	4	4	4	4	3	23
207	3	3	3	3	3	3	18
208	4	4	4	4	4	3	23
209	4	5	4	5	4	4	26
210	4	3	4	4	4	4	23
211	5	4	5	5	4	4	27
212	5	4	4	4	4	4	25
213	4	5	5	5	5	5	29
214	5	4	4	5	4	5	27
215	4	4	4	4	4	4	24
216	5	5	5	5	4	5	29
217	5	4	4	4	4	4	25
218	5	5	5	4	5	5	29
219	5	5	5	5	4	5	29
220	5	4	4	4	5	4	26
221	5	5	5	4	5	4	28
222	5	5	5	4	4	4	27
223	5	4	4	4	4	5	26
224	5	4	4	4	4	4	25
225	4	4	5	5	5	4	27
226	4	4	4	4	4	5	25
227	5	5	4	4	4	5	27
228	4	4	4	4	4	4	24
229	4	4	5	5	4	4	26
230	4	4	5	4	5	4	26
231	4	4	4	4	4	3	23
232	5	5	5	5	4	4	28
233	4	4	4	4	4	4	24
234	4	4	3	3	4	4	22
235	5	5	5	5	5	5	30
236	4	5	5	5	5	5	29
237	5	4	5	5	5	4	28
238	4	4	4	4	5	4	25
239	4	5	5	4	4	4	26
240	4	3	4	4	4	4	23
241	4	5	4	5	4	5	27
242	5	4	4	4	4	4	25
243	5	5	5	5	5	4	29
244	5	5	4	5	4	4	27
245	5	5	5	5	5	5	30
246	5	5	5	5	4	5	29
247	5	4	4	4	4	4	25

248	4	4	4	4	3	4	23
249	3	4	3	3	3	3	19
250	5	5	5	5	4	4	28
251	5	5	4	5	4	5	28
252	5	4	4	5	5	4	27
253	5	4	5	4	4	4	26
254	4	4	4	4	4	5	25
255	5	5	5	5	4	3	27
256	4	4	4	4	5	4	25
257	4	3	4	3	3	4	21
258	4	5	4	4	3	4	24
259	4	4	4	3	4	3	22
260	4	4	4	5	5	4	26
261	4	4	3	4	4	4	23
262	4	4	4	4	4	3	23
263	5	4	3	4	4	4	24
264	4	4	3	4	3	4	22
265	4	4	4	4	4	4	24
266	4	4	4	5	4	4	25
267	5	5	5	4	5	4	28
268	5	5	5	5	5	5	30
269	5	5	4	5	4	5	28
270	5	5	4	5	4	4	27
271	4	4	5	5	5	4	27
272	4	5	4	5	5	5	28
273	5	5	5	5	4	5	29
274	4	4	5	5	5	4	27
275	5	5	5	5	5	5	30
276	4	3	3	3	3	4	20
277	5	4	4	4	4	4	25
278	4	4	4	4	4	3	23
279	4	4	4	4	4	4	24
280	5	4	4	4	5	4	26
281	4	4	3	4	3	3	21
282	3	4	3	3	3	4	20
283	5	5	5	5	4	4	28
284	5	4	4	4	4	4	25
285	5	4	4	4	5	5	27
286	5	4	4	5	5	5	28
287	5	5	5	5	5	5	30
288	5	5	4	5	4	4	27
289	4	5	4	5	4	5	27

290	5	4	4	5	4	4	26
291	4	5	4	5	5	5	28
292	5	5	5	4	5	4	28
293	4	4	4	4	4	4	24
294	5	5	5	5	5	4	29
295	4	4	5	4	5	4	26
296	5	4	4	4	5	4	26
297	4	4	4	5	4	4	25
298	3	3	3	2	3	2	16
299	5	5	4	4	4	4	26
300	4	5	4	4	4	5	26
301	5	5	4	4	4	4	26
302	4	4	4	4	5	4	25
303	4	3	3	3	2	2	17
304	4	3	3	3	3	3	19
305	4	3	3	3	3	2	18
306	4	3	4	3	3	2	19
307	5	4	4	4	4	4	25
308	5	4	4	4	4	4	25
309	5	5	5	5	4	5	29
310	5	5	5	4	4	5	28
311	5	4	5	4	5	5	28
312	4	5	4	5	4	5	27
313	5	5	5	5	5	4	29
314	5	4	4	4	5	5	27
315	3	5	5	5	5	4	27
316	5	4	4	4	4	4	25
317	5	5	4	5	4	4	27
318	4	4	4	4	4	4	24
319	4	4	5	4	4	5	26
320	3	4	3	3	3	3	19
321	4	4	4	4	3	4	23
322	4	3	3	3	3	3	19
323	4	4	4	4	4	4	24
324	4	4	4	4	4	5	25
325	5	5	4	4	4	4	26
326	5	5	5	5	4	5	29
327	5	4	5	5	5	4	28
328	4	4	5	5	4	5	27
329	4	4	4	5	4	5	26
330	4	4	4	4	3	4	23
331	5	4	5	4	5	4	27

332	5	4	4	4	4	4	25
333	5	5	4	5	5	5	29
334	4	5	4	5	4	5	27
335	4	4	4	4	4	4	24
336	5	5	5	5	4	5	29
337	5	4	4	4	4	4	25
338	5	4	3	4	3	4	23
339	4	5	4	4	4	4	25
340	4	4	3	4	3	3	21
341	5	4	5	5	5	4	28
342	5	4	5	4	5	4	27
343	4	4	3	4	3	4	22
344	4	3	3	4	4	3	21
345	4	4	4	4	4	3	23
346	4	4	4	3	3	4	22
347	4	5	4	5	4	5	27
348	4	4	4	4	4	4	24
349	4	3	3	3	3	3	19
350	3	3	3	3	3	3	18
351	5	4	3	4	3	4	23
352	4	4	3	4	3	3	21
353	4	4	4	4	4	4	24
354	5	5	5	4	5	4	28
355	5	4	5	4	4	5	27
356	5	5	5	5	5	4	29
357	5	5	4	5	5	4	28
358	5	4	4	4	5	4	26
359	5	4	4	5	4	4	26
360	5	4	5	4	4	5	27
361	5	4	5	4	5	4	27
362	5	5	5	5	5	4	29
363	3	3	3	3	3	2	17
364	5	5	5	4	4	4	27
365	4	4	4	4	4	4	24
366	3	3	3	3	3	3	18
367	5	4	4	4	4	4	25
368	4	4	4	4	4	3	23
369	5	5	5	5	5	4	29
370	5	5	5	5	4	4	28
371	5	5	4	5	5	4	28
372	5	4	5	4	4	5	27
373	5	4	5	4	4	4	26

374	5	4	4	4	4	4	25
375	4	5	4	5	4	5	27
376	5	4	4	4	4	4	25
377	5	4	5	4	5	4	27
378	5	4	5	5	5	4	28
379	5	5	5	5	4	4	28
380	5	5	5	5	5	5	30
381	5	5	5	4	5	4	28
382	5	4	5	5	5	4	28
383	4	4	4	4	4	4	24
384	4	4	4	3	4	3	22
385	4	4	4	4	4	4	24
386	5	5	5	4	5	5	29
387	5	5	4	5	5	4	28
388	5	4	4	4	4	5	26
389	4	5	4	4	4	5	26
390	4	3	4	4	4	4	23
391	4	3	3	3	3	3	19
392	5	4	4	5	4	4	26
393	5	4	4	5	4	4	26
394	5	4	3	4	3	4	23
Jumlah	1766	1656	1634	1649	1632	1565	9902

No.	Kualitas Pelayanan (X ₂)										Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
6	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	39
7	5	3	3	3	2	4	4	3	4	3	34
8	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
11	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
13	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	39
14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
16	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	46
17	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
18	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
20	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
21	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	47
22	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
24	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
25	5	3	3	3	2	3	3	2	3	3	30
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
27	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
28	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	35
29	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
30	4	5	3	5	3	4	5	3	4	3	39
31	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
34	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
35	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	35
36	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
37	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
38	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
39	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
40	5	4	5	4	3	4	4	3	4	3	39

41	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
42	4	5	3	5	3	4	4	3	5	3	39
43	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
44	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	33
45	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
46	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	39
47	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
48	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
49	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	24
50	5	4	3	3	3	4	4	3	4	3	36
51	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
52	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
53	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
54	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
55	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
57	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
60	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
61	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
62	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
65	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	36
66	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
67	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
68	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	33
69	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
70	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
71	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	47
72	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	46
73	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
74	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
75	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
76	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
77	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
78	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
79	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
80	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
81	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
82	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32

83	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
84	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
85	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
88	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
89	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
90	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
93	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32
94	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
95	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	33
96	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
97	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
98	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
99	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
100	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
101	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
102	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
103	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
104	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
105	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
106	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
107	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	44
108	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
109	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
110	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
111	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
112	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
116	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
117	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
118	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
119	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
120	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	36
121	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	34
122	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
123	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	35
124	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	36

125	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	35
126	5	3	3	4	3	4	4	3	3	3	35
127	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
128	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	35
129	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	35
130	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
132	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
133	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
134	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
135	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
136	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
137	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
138	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
139	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
141	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	35
142	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
143	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
144	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	24
145	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
146	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
147	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
149	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
150	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
152	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
153	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
156	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
157	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
158	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
159	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
160	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
162	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
163	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
164	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
166	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

335	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
336	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
337	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
338	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	24
339	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
340	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	37
341	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
342	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
343	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
344	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35
345	5	3	3	4	3	4	3	3	4	3	35
346	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	34
347	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
348	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
349	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	34
350	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	34
351	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
352	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
353	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
354	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43
355	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	46
356	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
357	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
358	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
359	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
360	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
361	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
362	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
363	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
364	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
365	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
366	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
367	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36
368	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	34
369	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
370	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
371	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
372	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
373	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
374	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
376	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45

377	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
378	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
379	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
380	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
381	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
382	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
383	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
384	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	36
385	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
386	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
387	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
388	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
389	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
390	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	34
391	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
392	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
393	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
394	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
Jumlah	1646	1607	1593	1605	1557	1606	1594	1584	1600	1603	15995

41	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
42	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	40
43	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
44	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	35
45	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
46	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	41
47	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
48	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
49	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	37
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	39
53	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
54	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
55	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45
56	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	38
57	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
58	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	39
59	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	39
60	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
61	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	35
62	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
63	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
64	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
65	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
66	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
67	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
68	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
69	4	4	3	5	4	3	2	5	4	4	38
70	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5	41
71	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
72	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
73	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
74	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	33
75	5	4	3	2	3	3	4	3	5	4	36
76	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
77	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45
78	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
79	5	3	4	3	3	5	4	3	4	3	37
80	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	39
81	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	41
82	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	35

83	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
84	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	33
85	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	35
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	4	3	4	2	3	5	5	3	5	3	37
88	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	44
89	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
90	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	33
91	4	3	5	5	5	3	4	1	3	3	36
92	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	36
93	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	35
94	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	30
95	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	35
96	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	33
97	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	39
98	2	4	3	4	3	4	4	4	2	4	34
99	5	4	3	3	3	5	4	4	3	5	39
100	4	4	2	4	4	2	2	3	3	5	33
101	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	41
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
103	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
104	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
105	5	4	3	3	5	4	4	3	4	4	39
106	5	3	4	3	4	5	5	2	5	2	38
107	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
108	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	38
109	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
110	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
111	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4	39
112	4	4	5	4	4	3	4	5	3	5	41
113	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	34
114	4	5	3	5	4	3	4	4	3	4	39
115	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	35
116	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	38
117	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	35
118	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	34
119	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	42
120	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	37
121	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	36
122	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	35
123	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	37
124	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	38

125	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	39
126	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	38
127	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
128	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	38
129	1	4	4	5	4	5	5	3	3	4	38
130	4	4	3	3	3	3	3	3	4	5	35
131	4	4	3	5	4	3	2	5	4	4	38
132	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
133	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	41
134	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
135	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	38
136	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
137	2	5	3	3	4	3	4	5	5	5	39
138	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
139	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	35
140	3	4	3	4	5	4	4	5	5	5	42
141	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
142	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	36
143	2	3	4	4	4	4	5	4	5	4	39
144	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	37
145	2	3	3	5	5	5	4	2	5	3	37
146	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
147	3	5	5	5	4	5	5	4	4	5	45
148	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
149	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
150	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	41
151	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	35
152	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	42
153	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
154	5	5	3	3	3	3	3	5	4	5	39
155	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	42
156	5	4	4	2	3	4	4	5	5	5	41
157	5	4	4	3	3	5	4	5	4	4	41
158	4	3	3	3	3	5	4	3	5	3	36
159	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	34
160	3	4	4	4	4	5	5	3	3	4	39
161	4	3	3	5	5	3	3	2	4	3	35
162	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	35
163	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	45
164	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	39
165	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	42
166	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	40

167	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
168	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	45
169	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
170	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
171	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
172	3	4	4	2	3	5	4	5	4	5	39
173	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	42
174	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	41
175	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	42
176	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
177	2	3	3	5	4	4	4	4	4	3	36
178	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
179	4	4	3	2	3	4	5	5	4	5	39
180	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4	41
181	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
182	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	37
183	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	38
184	5	3	3	5	4	3	3	4	5	3	38
185	4	4	4	2	2	3	3	3	4	5	34
186	3	4	3	3	5	5	5	3	3	4	38
187	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	31
188	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	35
189	3	4	2	2	3	3	3	4	3	5	32
190	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	36
191	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	46
192	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
193	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	42
194	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
195	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
196	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5	43
197	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
198	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	43
199	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	43
200	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	39
201	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
202	3	4	3	4	4	4	4	5	2	4	37
203	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44
204	4	3	2	4	4	2	3	4	4	4	34
205	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
206	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
207	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	36
208	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39

209	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	44
210	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	40
211	5	4	5	3	3	5	5	3	5	5	43
212	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
213	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
214	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	41
215	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	42
216	5	3	3	5	4	4	4	4	5	3	40
217	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
218	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	46
219	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
220	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	43
221	3	4	3	4	5	4	4	5	3	5	40
222	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	39
223	3	5	2	5	5	3	3	5	4	5	40
224	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	42
225	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
226	5	5	3	3	3	3	3	5	4	5	39
227	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	42
228	5	4	4	2	3	4	4	5	5	5	41
229	5	4	4	3	3	5	4	5	4	4	41
230	4	3	3	3	3	5	4	3	5	3	36
231	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	34
232	3	4	4	4	4	5	5	3	3	4	39
233	4	3	3	5	5	3	3	2	4	3	35
234	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	35
235	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	45
236	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	39
237	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	42
238	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	40
239	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	43
240	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	40
241	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
242	3	5	4	3	3	5	5	5	5	5	43
243	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
244	3	4	4	2	3	5	4	5	4	5	39
245	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	42
246	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	41
247	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	42
248	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	40
249	2	3	3	5	4	4	4	4	4	3	36
250	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45

251	4	4	3	2	3	4	5	5	4	5	39
252	3	4	4	3	3	5	5	5	5	4	41
253	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
254	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	37
255	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
256	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	37
257	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	38
258	5	3	3	5	4	3	3	4	5	3	38
259	4	4	4	2	2	3	3	3	4	5	34
260	3	4	3	3	5	5	5	3	3	4	38
261	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	31
262	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	35
263	3	4	2	2	3	3	3	4	3	5	32
264	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	36
265	4	5	2	4	5	3	3	5	4	5	40
266	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	40
267	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	42
268	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	44
269	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	43
270	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5	43
271	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
272	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	43
273	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	43
274	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	39
275	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
276	3	4	3	4	4	4	4	5	2	4	37
277	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44
278	4	3	2	4	4	2	3	4	4	4	34
279	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
280	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
281	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	36
282	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
283	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	44
284	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	40
285	5	4	5	3	3	5	5	3	5	5	43
286	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
287	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
288	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	41
289	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	42
290	5	3	3	5	4	4	4	4	5	3	40
291	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
292	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	46

293	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
294	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	43
295	3	4	3	4	5	4	4	5	3	5	40
296	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
297	3	5	2	5	5	3	3	5	4	5	40
298	5	2	3	4	5	3	4	3	5	2	36
299	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	41
300	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	41
301	4	4	4	2	2	3	3	3	4	5	34
302	3	4	3	3	5	5	5	3	3	4	38
303	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	31
304	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	35
305	3	4	2	2	3	3	3	4	3	5	32
306	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	36
307	4	5	2	4	5	3	3	5	4	5	40
308	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	40
309	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	42
310	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	44
311	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	43
312	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5	43
313	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
314	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	43
315	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	43
316	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	39
317	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
318	3	4	3	4	4	4	4	5	2	4	37
319	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44
320	4	3	2	4	4	2	3	4	4	4	34
321	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
322	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
323	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	36
324	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
325	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	44
326	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	40
327	5	4	5	3	3	5	5	3	5	5	43
328	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
329	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
330	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	41
331	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	42
332	5	3	3	5	4	4	4	4	5	3	40
333	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
334	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	46

335	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
336	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	43
337	3	4	3	4	5	4	4	5	3	5	40
338	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	39
339	3	5	2	5	5	3	3	5	4	5	40
340	5	2	3	4	5	3	4	3	5	2	36
341	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	41
342	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	41
343	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	37
344	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	38
345	5	3	3	5	4	3	3	4	5	3	38
346	4	4	4	2	2	3	3	3	4	5	34
347	3	4	3	3	5	5	5	3	3	4	38
348	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	31
349	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	35
350	3	4	2	2	3	3	3	4	3	5	32
351	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	36
352	4	5	2	4	5	3	3	5	4	5	40
353	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	40
354	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	42
355	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	44
356	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	43
357	5	4	3	5	5	3	3	5	5	5	43
358	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
359	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	43
360	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	43
361	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
362	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
363	3	4	3	4	4	4	4	5	2	4	37
364	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44
365	4	3	2	4	4	2	3	4	4	4	34
366	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36
367	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
368	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	36
369	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
370	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	44
371	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	40
372	5	4	5	3	3	5	5	3	5	5	43
373	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
374	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
375	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	41
376	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	42

377	5	3	3	5	4	4	4	4	5	3	40
378	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
379	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	46
380	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	40
381	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	43
382	3	4	3	4	5	4	4	5	3	5	40
383	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	39
384	3	5	2	5	5	3	3	5	4	5	40
385	5	2	3	4	5	3	4	3	5	2	36
386	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
387	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
388	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	40
389	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	46
390	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	37
391	5	2	3	4	5	3	4	3	5	2	36
392	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	41
393	3	4	4	4	4	5	5	3	4	5	41
394	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	40
Jumlah	1552	1579	1426	1563	1550	1601	1584	1592	1601	1628	15676

LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT SPSS

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Cash On Delivery (COD) (X1)		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter ≤ .050, Probability-of-F-to-remove ≥ .100).
2	Kualitas Pelayanan (X2)		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter ≤ .050, Probability-of-F-to-remove ≥ .100).

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^c	.613	.611	2.713

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Cash On Delivery (COD) (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4553.242	2	2276.621	309.421	<.001 ^b
	Residual	2876.849	391	7.358		
	Total	7430.091	393			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

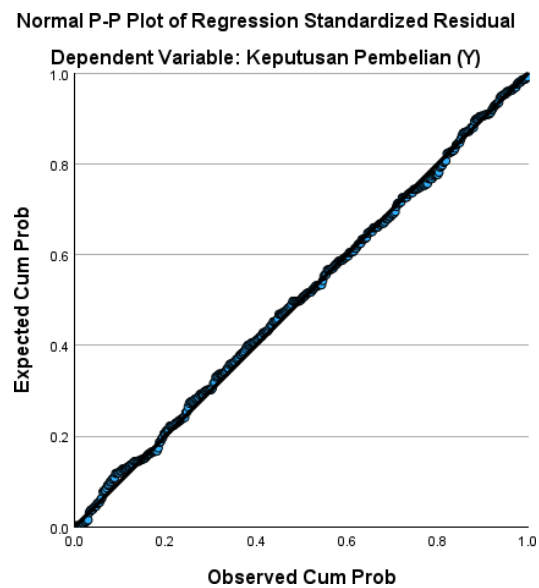
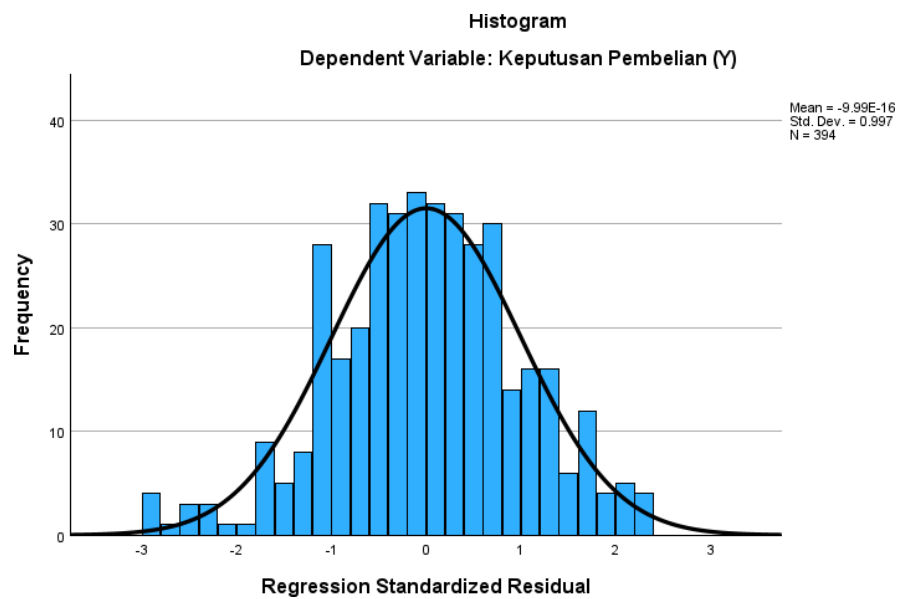
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Cash On Delivery (COD) (X1)

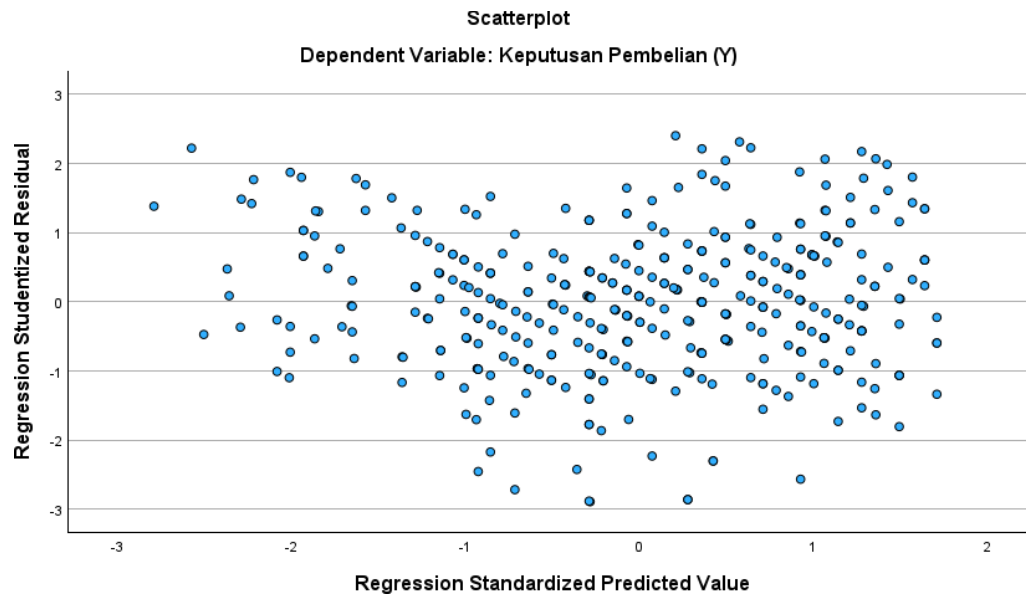
		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.607	1.143		10.152	<,001
	Cash On Delivery (COD) (X1)	.735	.058	.546	12.735	<,001
	Kualitas Pelayanan (X2)	.235	.034	.302	7.050	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Cash On Delivery (COD) (X1)	.539	1.854
	Kualitas Pelayanan (X2)	.539	1.854

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		394
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70559193
Most Extreme Differences	Absolute	.028
	Positive	.025
	Negative	-.028
Test Statistic		.028
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Correlations

		Cash On Delivery (COD) (X1)	Kualitas Pelayanan (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Cash On Delivery (COD) (X1)	Pearson Correlation	1	.679**	.751**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	394	394	394
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	.679**	1	.672**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	394	394	394
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.751**	.672**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	394	394	394

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

LAMPIRAN 6
TABEL T DAN TABEL R

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	0,707	0,951	0,988	0,997	1,000	1,000
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	0,500	0,800	0,900	0,950	0,980	0,990
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	0,404	0,687	0,805	0,878	0,934	0,959
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	0,347	0,608	0,729	0,811	0,882	0,917
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	0,309	0,551	0,669	0,754	0,833	0,875
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	0,281	0,507	0,621	0,707	0,789	0,834
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	0,260	0,472	0,582	0,666	0,750	0,798
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	0,242	0,443	0,549	0,632	0,715	0,765
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	0,228	0,419	0,521	0,602	0,685	0,735
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	0,216	0,398	0,497	0,576	0,658	0,708
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	0,206	0,380	0,476	0,553	0,634	0,684
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	0,197	0,365	0,458	0,532	0,612	0,661
13	0,694	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	0,189	0,351	0,441	0,514	0,592	0,641
14	0,692	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	0,182	0,338	0,426	0,497	0,574	0,623
15	0,691	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	0,176	0,327	0,412	0,482	0,558	0,606
16	0,690	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	0,170	0,317	0,400	0,468	0,543	0,590
17	0,689	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	0,165	0,308	0,389	0,456	0,529	0,575
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	0,160	0,299	0,378	0,444	0,516	0,561
19	0,688	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	0,156	0,291	0,369	0,433	0,503	0,549
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	0,152	0,284	0,360	0,423	0,492	0,537
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	0,148	0,277	0,352	0,413	0,482	0,526
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	0,145	0,271	0,344	0,404	0,472	0,515
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	0,141	0,265	0,337	0,396	0,462	0,505
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	0,138	0,260	0,330	0,388	0,453	0,496
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	0,136	0,255	0,323	0,381	0,445	0,487
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	0,133	0,250	0,317	0,374	0,437	0,479
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	0,130	0,245	0,311	0,367	0,430	0,471
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	0,128	0,241	0,306	0,361	0,423	0,463
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	0,126	0,237	0,301	0,355	0,416	0,456
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	0,124	0,233	0,296	0,349	0,409	0,449
31	0,682	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	0,122	0,229	0,291	0,344	0,403	0,442
32	0,682	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	0,120	0,225	0,287	0,339	0,397	0,436
33	0,682	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	0,118	0,222	0,283	0,334	0,392	0,430
34	0,682	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	0,116	0,219	0,279	0,329	0,386	0,424
35	0,682	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	0,114	0,216	0,275	0,325	0,381	0,418
36	0,681	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	0,113	0,213	0,271	0,320	0,376	0,413
37	0,681	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	0,111	0,210	0,267	0,316	0,371	0,408
38	0,681	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	0,110	0,207	0,264	0,312	0,367	0,403
39	0,681	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	0,108	0,204	0,260	0,308	0,362	0,398
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	0,107	0,202	0,257	0,304	0,358	0,393
41	0,681	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	0,106	0,199	0,254	0,301	0,354	0,389
42	0,680	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	0,104	0,197	0,251	0,297	0,350	0,384
43	0,680	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	0,103	0,195	0,248	0,294	0,346	0,380

44	0,680	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	0,102	0,192	0,246	0,291	0,342	0,376
45	0,680	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	0,101	0,190	0,243	0,288	0,338	0,372
46	0,680	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	0,100	0,188	0,240	0,285	0,335	0,368
47	0,680	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	0,099	0,186	0,238	0,282	0,331	0,365
48	0,680	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	0,098	0,184	0,235	0,279	0,328	0,361
49	0,680	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	0,097	0,182	0,233	0,276	0,325	0,358
50	0,679	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	0,096	0,181	0,231	0,273	0,322	0,354
51	0,679	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	0,095	0,179	0,228	0,271	0,319	0,351
52	0,679	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	0,094	0,177	0,226	0,268	0,316	0,348

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
53	0,679	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	0,093	0,175	0,224	0,266	0,313	0,345
54	0,679	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	0,092	0,174	0,222	0,263	0,310	0,341
55	0,679	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	0,091	0,172	0,220	0,261	0,307	0,339
56	0,679	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	0,090	0,171	0,218	0,259	0,305	0,336
57	0,679	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	0,090	0,169	0,216	0,256	0,302	0,333
58	0,679	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	0,089	0,168	0,214	0,254	0,300	0,330
59	0,679	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	0,088	0,166	0,213	0,252	0,297	0,327
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	0,087	0,165	0,211	0,250	0,295	0,325
61	0,679	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	0,087	0,164	0,209	0,248	0,293	0,322
62	0,678	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	0,086	0,162	0,207	0,246	0,290	0,320
63	0,678	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	0,085	0,161	0,206	0,244	0,288	0,317
64	0,678	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	0,084	0,160	0,204	0,242	0,286	0,315
65	0,678	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	0,084	0,159	0,203	0,240	0,284	0,313
66	0,678	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	0,083	0,157	0,201	0,239	0,282	0,310
67	0,678	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	0,083	0,156	0,200	0,237	0,280	0,308
68	0,678	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	0,082	0,155	0,198	0,235	0,278	0,306
69	0,678	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	0,081	0,154	0,197	0,234	0,276	0,304
70	0,678	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	0,081	0,153	0,195	0,232	0,274	0,302
71	0,678	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	0,080	0,152	0,194	0,230	0,272	0,300
72	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	0,080	0,151	0,193	0,229	0,270	0,298
73	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	0,079	0,150	0,191	0,227	0,268	0,296
74	0,678	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	0,079	0,149	0,190	0,226	0,266	0,294
75	0,678	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	0,078	0,148	0,189	0,224	0,265	0,292
76	0,678	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	0,078	0,147	0,188	0,223	0,263	0,290
77	0,678	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	0,077	0,146	0,186	0,221	0,261	0,288
78	0,678	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	0,077	0,145	0,185	0,220	0,260	0,286
79	0,678	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	0,076	0,144	0,184	0,219	0,258	0,285
80	0,678	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	0,076	0,143	0,183	0,217	0,257	0,283
81	0,678	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	0,075	0,142	0,182	0,216	0,255	0,281
82	0,677	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	0,075	0,141	0,181	0,215	0,253	0,280
83	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	0,074	0,140	0,180	0,213	0,252	0,278
84	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	0,074	0,140	0,179	0,212	0,251	0,276
85	0,677	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	0,073	0,139	0,178	0,211	0,249	0,275
86	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	0,073	0,138	0,176	0,210	0,248	0,273
87	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	0,072	0,137	0,175	0,208	0,246	0,272
88	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	0,072	0,136	0,174	0,207	0,245	0,270
89	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	0,072	0,136	0,174	0,206	0,244	0,269
90	0,677	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	0,071	0,135	0,173	0,205	0,242	0,267
91	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	0,071	0,134	0,172	0,204	0,241	0,266
92	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	0,070	0,133	0,171	0,203	0,240	0,264
93	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	0,070	0,133	0,170	0,202	0,238	0,263
94	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	0,070	0,132	0,169	0,201	0,237	0,262
95	0,677	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	0,069	0,131	0,168	0,200	0,236	0,260
96	0,677	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	0,069	0,131	0,167	0,199	0,235	0,259
97	0,677	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	0,069	0,130	0,166	0,198	0,234	0,258
98	0,677	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	0,068	0,129	0,165	0,197	0,232	0,256
99	0,677	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	0,068	0,129	0,165	0,196	0,231	0,255
100	0,677	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	0,068	0,128	0,164	0,195	0,230	0,254
101	0,677	1,290	1,660	1,984	2,364	2,625	0,067	0,127	0,163	0,194	0,229	0,253
102	0,677	1,290	1,660	1,983	2,363	2,625	0,067	0,127	0,162	0,193	0,228	0,252
103	0,677	1,290	1,660	1,983	2,363	2,624	0,067	0,126	0,161	0,192	0,227	0,250
104	0,677	1,290	1,660	1,983	2,363	2,624	0,066	0,125	0,161	0,191	0,226	0,249

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
105	0,677	1,290	1,659	1,983	2,362	2,623	0,066	0,125	0,160	0,190	0,225	0,248
106	0,677	1,290	1,659	1,983	2,362	2,623	0,066	0,124	0,159	0,189	0,224	0,247
107	0,677	1,290	1,659	1,982	2,362	2,623	0,065	0,124	0,158	0,188	0,223	0,246
108	0,677	1,289	1,659	1,982	2,361	2,622	0,065	0,123	0,158	0,187	0,222	0,245
109	0,677	1,289	1,659	1,982	2,361	2,622	0,065	0,123	0,157	0,187	0,221	0,244
110	0,677	1,289	1,659	1,982	2,361	2,621	0,064	0,122	0,156	0,186	0,220	0,242
111	0,677	1,289	1,659	1,982	2,360	2,621	0,064	0,121	0,156	0,185	0,219	0,241
112	0,677	1,289	1,659	1,981	2,360	2,620	0,064	0,121	0,155	0,184	0,218	0,240
113	0,677	1,289	1,658	1,981	2,360	2,620	0,064	0,120	0,154	0,183	0,217	0,239
114	0,677	1,289	1,658	1,981	2,360	2,620	0,063	0,120	0,153	0,182	0,216	0,238
115	0,677	1,289	1,658	1,981	2,359	2,619	0,063	0,119	0,153	0,182	0,215	0,237
116	0,677	1,289	1,658	1,981	2,359	2,619	0,063	0,119	0,152	0,181	0,214	0,236
117	0,677	1,289	1,658	1,980	2,359	2,619	0,062	0,118	0,152	0,180	0,213	0,235
118	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,618	0,062	0,118	0,151	0,179	0,212	0,234
119	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,618	0,062	0,117	0,150	0,179	0,211	0,233
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	0,062	0,117	0,150	0,178	0,210	0,232
121	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	0,061	0,116	0,149	0,177	0,210	0,231
122	0,677	1,289	1,657	1,980	2,357	2,617	0,061	0,116	0,148	0,176	0,209	0,231
123	0,676	1,288	1,657	1,979	2,357	2,616	0,061	0,115	0,148	0,176	0,208	0,230
124	0,676	1,288	1,657	1,979	2,357	2,616	0,061	0,115	0,147	0,175	0,207	0,229
125	0,676	1,288	1,657	1,979	2,357	2,616	0,060	0,114	0,147	0,174	0,206	0,228
126	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,615	0,060	0,114	0,146	0,174	0,205	0,227
127	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,615	0,060	0,114	0,145	0,173	0,205	0,226
128	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,615	0,060	0,113	0,145	0,172	0,204	0,225
129	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,614	0,059	0,113	0,144	0,172	0,203	0,224
130	0,676	1,288	1,657	1,978	2,355	2,614	0,059	0,112	0,144	0,171	0,202	0,223
131	0,676	1,288	1,657	1,978	2,355	2,614	0,059	0,112	0,143	0,170	0,202	0,223
132	0,676	1,288	1,656	1,978	2,355	2,614	0,059	0,111	0,143	0,170	0,201	0,222
133	0,676	1,288	1,656	1,978	2,355	2,613	0,059	0,111	0,142	0,169	0,200	0,221
134	0,676	1,288	1,656	1,978	2,354	2,613	0,058	0,111	0,142	0,168	0,199	0,220
135	0,676	1,288	1,656	1,978	2,354	2,613	0,058	0,110	0,141	0,168	0,199	0,219
136	0,676	1,288	1,656	1,978	2,354	2,612	0,058	0,110	0,141	0,167	0,198	0,219
137	0,676	1,288	1,656	1,977	2,354	2,612	0,058	0,109	0,140	0,167	0,197	0,218
138	0,676	1,288	1,656	1,977	2,354	2,612	0,057	0,109	0,140	0,166	0,196	0,217
139	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,612	0,057	0,109	0,139	0,165	0,196	0,216
140	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611	0,057	0,108	0,139	0,165	0,195	0,216
141	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611	0,057	0,108	0,138	0,164	0,194	0,215
142	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611	0,057	0,107	0,138	0,164	0,194	0,214
143	0,676	1,287	1,656	1,977	2,353	2,611	0,056	0,107	0,137	0,163	0,193	0,213
144	0,676	1,287	1,656	1,977	2,353	2,610	0,056	0,107	0,137	0,163	0,192	0,213
145	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,610	0,056	0,106	0,136	0,162	0,192	0,212
146	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,610	0,056	0,106	0,136	0,161	0,191	0,211
147	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,610	0,056	0,106	0,135	0,161	0,190	0,210
148	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,609	0,055	0,105	0,135	0,160	0,190	0,210
149	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,609	0,055	0,105	0,134	0,160	0,189	0,209
150	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,609	0,055	0,105	0,134	0,159	0,189	0,208
151	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,609	0,055	0,104	0,133	0,159	0,188	0,208
152	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,609	0,055	0,104	0,133	0,158	0,187	0,207
153	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,608	0,055	0,103	0,133	0,158	0,187	0,206
154	0,676	1,287	1,655	1,975	2,351	2,608	0,054	0,103	0,132	0,157	0,186	0,206
155	0,676	1,287	1,655	1,975	2,351	2,608	0,054	0,103	0,132	0,157	0,186	0,205

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
156	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608	0,054	0,102	0,131	0,156	0,185	0,204
157	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608	0,054	0,102	0,131	0,156	0,184	0,204
158	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,607	0,054	0,102	0,131	0,155	0,184	0,203
159	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,054	0,102	0,130	0,155	0,183	0,202
160	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,130	0,154	0,183	0,202
161	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,129	0,154	0,182	0,201
162	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,129	0,153	0,182	0,201
163	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,153	0,181	0,200
164	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,152	0,180	0,199
165	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,152	0,180	0,199
166	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,052	0,099	0,127	0,151	0,179	0,198
167	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,052	0,099	0,127	0,151	0,179	0,198
168	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605	0,052	0,099	0,127	0,151	0,178	0,197
169	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605	0,052	0,098	0,126	0,150	0,178	0,196
170	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605	0,052	0,098	0,126	0,150	0,177	0,196
171	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605	0,052	0,098	0,125	0,149	0,177	0,195
172	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605	0,051	0,098	0,125	0,149	0,176	0,195
173	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605	0,051	0,097	0,125	0,148	0,176	0,194
174	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,148	0,175	0,194
175	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,148	0,175	0,193
176	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,147	0,174	0,193
177	0,676	1,286	1,654	1,973	2,348	2,604	0,051	0,096	0,123	0,147	0,174	0,192
178	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604	0,051	0,096	0,123	0,146	0,173	0,192
179	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604	0,050	0,096	0,123	0,146	0,173	0,191
180	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,146	0,172	0,190
181	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,145	0,172	0,190
182	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,145	0,171	0,189
183	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,121	0,144	0,171	0,189
184	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,094	0,121	0,144	0,170	0,188
185	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,094	0,121	0,144	0,170	0,188
186	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,049	0,094	0,120	0,143	0,170	0,187
187	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,094	0,120	0,143	0,169	0,187
188	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,120	0,142	0,169	0,186
189	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,142	0,168	0,186
190	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,142	0,168	0,185
191	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,141	0,167	0,185
192	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,092	0,118	0,141	0,167	0,185
193	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,092	0,118	0,141	0,166	0,184
194	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,092	0,118	0,140	0,166	0,184
195	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,092	0,118	0,140	0,166	0,183
196	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,165	0,183
197	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,165	0,182
198	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,164	0,182
199	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181
200	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181
201	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,601	0,048	0,090	0,116	0,138	0,163	0,180
202	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,163	0,180
203	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,162	0,180
204	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,162	0,179
205	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,089	0,115	0,136	0,162	0,179
206	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,089	0,114	0,136	0,161	0,178
207	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,136	0,161	0,178

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
208	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,135	0,160	0,177
209	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,135	0,160	0,177
210	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,047	0,088	0,113	0,135	0,160	0,177
211	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,113	0,134	0,159	0,176
212	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,113	0,134	0,159	0,176
213	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,112	0,134	0,159	0,175
214	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,088	0,112	0,134	0,158	0,175
215	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,112	0,133	0,158	0,175
216	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,112	0,133	0,157	0,174
217	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,111	0,133	0,157	0,174
218	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599	0,046	0,087	0,111	0,132	0,157	0,173
219	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,046	0,087	0,111	0,132	0,156	0,173
220	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,046	0,086	0,111	0,132	0,156	0,173
221	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,156	0,172
222	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,155	0,172
223	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,155	0,171
224	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,086	0,110	0,131	0,155	0,171
225	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,130	0,154	0,171
226	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,130	0,154	0,170
227	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,130	0,154	0,170
228	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,598	0,045	0,085	0,109	0,129	0,153	0,170
229	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,597	0,045	0,085	0,108	0,129	0,153	0,169
230	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,597	0,045	0,084	0,108	0,129	0,153	0,169
231	0,676	1,285	1,651	1,970	2,343	2,597	0,044	0,084	0,108	0,129	0,152	0,168
232	0,676	1,285	1,651	1,970	2,343	2,597	0,044	0,084	0,108	0,128	0,152	0,168
233	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,084	0,108	0,128	0,152	0,168
234	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,084	0,107	0,128	0,151	0,167
235	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,084	0,107	0,127	0,151	0,167
236	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,107	0,127	0,151	0,167
237	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,107	0,127	0,150	0,166
238	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,106	0,127	0,150	0,166
239	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597	0,044	0,083	0,106	0,126	0,150	0,166
240	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,044	0,083	0,106	0,126	0,149	0,165
241	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,106	0,126	0,149	0,165
242	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,106	0,126	0,149	0,165
243	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,149	0,164
244	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,148	0,164
245	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,148	0,164
246	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,082	0,105	0,125	0,148	0,163
247	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,147	0,163
248	0,675	1,285	1,651	1,970	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,147	0,163
249	0,675	1,285	1,651	1,970	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,147	0,162
250	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,124	0,146	0,162
251	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,596	0,043	0,081	0,104	0,123	0,146	0,162
252	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,043	0,081	0,103	0,123	0,146	0,161
253	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,081	0,103	0,123	0,146	0,161
254	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,103	0,123	0,145	0,161
255	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,103	0,122	0,145	0,160
256	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,103	0,122	0,145	0,160
257	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,102	0,122	0,144	0,160
258	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,102	0,122	0,144	0,159
259	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,080	0,102	0,121	0,144	0,159

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
260	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,102	0,121	0,144	0,159
261	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,102	0,121	0,143	0,159
262	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,101	0,121	0,143	0,158
263	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,101	0,121	0,143	0,158
264	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,042	0,079	0,101	0,120	0,143	0,158
265	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595	0,041	0,079	0,101	0,120	0,142	0,157
266	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,079	0,101	0,120	0,142	0,157
267	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,101	0,120	0,142	0,157
268	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,142	0,157
269	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,141	0,156
270	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,141	0,156
271	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,141	0,156
272	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,100	0,119	0,140	0,155
273	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,078	0,099	0,118	0,140	0,155
274	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,118	0,140	0,155
275	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,118	0,140	0,155
276	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,118	0,139	0,154
277	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,041	0,077	0,099	0,117	0,139	0,154
278	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,040	0,077	0,099	0,117	0,139	0,154
279	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594	0,040	0,077	0,098	0,117	0,139	0,153
280	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,594	0,040	0,077	0,098	0,117	0,138	0,153
281	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,098	0,117	0,138	0,153
282	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,098	0,116	0,138	0,153
283	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,098	0,116	0,138	0,152
284	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,097	0,116	0,138	0,152
285	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593	0,040	0,076	0,097	0,116	0,137	0,152
286	0,675	1,285	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,076	0,097	0,116	0,137	0,152
287	0,675	1,285	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,076	0,097	0,115	0,137	0,151
288	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,097	0,115	0,137	0,151
289	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,097	0,115	0,136	0,151
290	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,096	0,115	0,136	0,151
291	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,040	0,075	0,096	0,115	0,136	0,150
292	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,136	0,150
293	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,135	0,150
294	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,135	0,150
295	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,075	0,096	0,114	0,135	0,149
296	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593	0,039	0,074	0,095	0,114	0,135	0,149
297	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
298	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,149
299	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,148
300	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,148
301	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,134	0,148
302	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,095	0,113	0,133	0,148
303	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,074	0,094	0,112	0,133	0,147
304	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,133	0,147
305	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,133	0,147
306	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,133	0,147
307	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,039	0,073	0,094	0,112	0,132	0,146
308	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592	0,038	0,073	0,094	0,111	0,132	0,146
309	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,132	0,146
310	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,132	0,146
311	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,131	0,145

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
312	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,073	0,093	0,111	0,131	0,145
313	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,072	0,093	0,111	0,131	0,145
314	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,072	0,093	0,110	0,131	0,145
315	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592	0,038	0,072	0,093	0,110	0,131	0,144
316	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,072	0,092	0,110	0,130	0,144
317	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,072	0,092	0,110	0,130	0,144
318	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,072	0,092	0,110	0,130	0,144
319	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,072	0,092	0,109	0,130	0,144
320	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,072	0,092	0,109	0,130	0,143
321	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,071	0,092	0,109	0,129	0,143
322	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,071	0,092	0,109	0,129	0,143
323	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,038	0,071	0,091	0,109	0,129	0,143
324	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,091	0,109	0,129	0,142
325	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,091	0,108	0,129	0,142
326	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,091	0,108	0,128	0,142
327	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,091	0,108	0,128	0,142
328	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,091	0,108	0,128	0,142
329	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,091	0,108	0,128	0,141
330	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,071	0,090	0,108	0,128	0,141
331	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,070	0,090	0,107	0,127	0,141
332	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,070	0,090	0,107	0,127	0,141
333	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,070	0,090	0,107	0,127	0,141
334	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,070	0,090	0,107	0,127	0,140
335	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591	0,037	0,070	0,090	0,107	0,127	0,140
336	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,591	0,037	0,070	0,090	0,107	0,126	0,140
337	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,037	0,070	0,089	0,107	0,126	0,140
338	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,037	0,070	0,089	0,106	0,126	0,140
339	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,037	0,070	0,089	0,106	0,126	0,139
340	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,037	0,069	0,089	0,106	0,126	0,139
341	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,037	0,069	0,089	0,106	0,126	0,139
342	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,089	0,106	0,125	0,139
343	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,089	0,106	0,125	0,139
344	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,089	0,105	0,125	0,138
345	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,088	0,105	0,125	0,138
346	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,088	0,105	0,125	0,138
347	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,088	0,105	0,124	0,138
348	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,088	0,105	0,124	0,138
349	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,069	0,088	0,105	0,124	0,137
350	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,088	0,105	0,124	0,137
351	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,088	0,104	0,124	0,137
352	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,088	0,104	0,124	0,137
353	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,104	0,123	0,137
354	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,104	0,123	0,136
355	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,104	0,123	0,136
356	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,104	0,123	0,136
357	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,104	0,123	0,136
358	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,103	0,123	0,136
359	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,103	0,122	0,135
360	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,068	0,087	0,103	0,122	0,135
361	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590	0,036	0,067	0,086	0,103	0,122	0,135
362	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,103	0,122	0,135
363	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,103	0,122	0,135

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
364	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,103	0,122	0,134
365	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
366	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
367	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
368	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
369	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
370	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,085	0,102	0,121	0,133
371	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,085	0,102	0,120	0,133
372	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
373	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
374	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
375	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
376	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,132
377	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,119	0,132
378	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,119	0,132
379	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,132
380	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,132
381	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,131
382	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,131
383	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,119	0,131
384	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
385	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
386	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
387	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,099	0,118	0,130
388	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,083	0,099	0,118	0,130
389	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,083	0,099	0,118	0,130
390	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
391	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
392	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
393	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,129
394	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,129
395	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,083	0,098	0,117	0,129
396	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,083	0,098	0,117	0,129
397	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,129
398	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,129
399	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
400	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
401	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
402	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128
403	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,097	0,116	0,128
404	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,097	0,115	0,128
405	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,097	0,115	0,128
406	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,033	0,064	0,082	0,097	0,115	0,127
407	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
408	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
409	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
410	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,115	0,127
411	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,097	0,114	0,127
412	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126
413	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126
414	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126
415	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588	0,033	0,063	0,081	0,096	0,114	0,126

LAMPIRAN 7
TABEL F

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05					
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
1	161.45	199.50	215.71	224.58	230.16
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49

36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33

77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29

118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27

159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26

200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
226	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
227	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
228	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
229	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
230	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25
231	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
232	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
233	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
234	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
235	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
236	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
237	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
238	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
239	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
240	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25

241	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
242	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
243	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
244	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
245	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
246	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
247	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
248	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
249	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
250	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
251	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
252	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
253	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
254	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
255	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
256	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
257	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
258	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
259	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
260	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
261	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
262	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
263	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
264	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
265	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
266	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
267	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
268	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
269	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
270	3.88	3.03	2.64	2.41	2.25
271	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
272	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
273	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
274	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
275	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
276	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
277	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
278	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
279	3.88	3.03	2.64	2.40	2.25
280	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
281	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25

282	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
283	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
284	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
285	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
286	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
287	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
288	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
289	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
290	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
291	3.87	3.03	2.64	2.40	2.25
292	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24
293	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24
294	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24
295	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24
296	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24
297	3.87	3.03	2.64	2.40	2.24
298	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
299	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
300	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
301	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
302	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
303	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
304	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
305	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
306	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
307	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
308	3.87	3.03	2.63	2.40	2.24
309	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
310	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
311	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
312	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
313	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
314	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
315	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
316	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
317	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
318	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
319	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
320	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
321	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
322	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24

323	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
324	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
325	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
326	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
327	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
328	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
329	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
330	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
331	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
332	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
333	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
334	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
335	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
336	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
337	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
338	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
339	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
340	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
341	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
342	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
343	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
344	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
345	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
346	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
347	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
348	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
349	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
350	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
351	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
352	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
353	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
354	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
355	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
356	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
357	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
358	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
359	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
360	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
361	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
362	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
363	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24

364	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
365	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
366	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
367	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
368	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
369	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
370	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
371	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
372	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
373	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
374	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
375	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
376	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
377	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
378	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
379	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
380	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
381	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
382	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
383	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
384	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
385	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
386	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
387	3.87	3.02	2.63	2.40	2.24
388	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
389	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
390	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
391	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
392	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
393	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
394	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
395	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
396	3.87	3.02	2.63	2.39	2.24
397	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
398	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
399	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24
400	3.86	3.02	2.63	2.39	2.24



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 16 Januari 2025

Nomor:046/R/STIE-EP/I/2025

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Toko Idiofyia
Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Ivon Felim
NIM	: 211010043
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Cash On Delivery (COD) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Online Shop Pada Toko Idiofyia

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Idiofyia yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



IDIOFYIA

Jl. Sutrisno No. 169D, Medan - 20214

Telp. 089612792101

Link Shopee : <https://id.shp.ee/PyZBrKJ>

Medan, 19 Januari 2025

No. Surat : 089/RS/IDIOFYIA/I/2025

Lampiran : -

Hal : "Penerimaan Observasi"

Kepada Yth,

Bapak/Ibu Ketua STIE Eka Prasetya

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat No.046/R/STIE-EP/I/2025 perihal surat izin observasi di Idiofyia maka bersama surat ini kami sampaikan bahwa yang bernama dibawah ini :

No	Nama	NIM
1.	Ivon Felim	211010043

Yang merupakan mahasiswi dari STIE Eka Prasetya Medan telah diberikan izin melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini diperbuat dengan sebenar-benarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,

Pimpinan Idiofyia



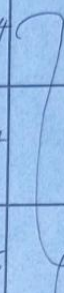
Ivon Felim



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

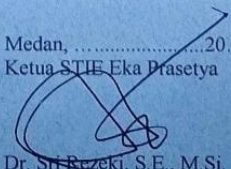
KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Ivon Felim
NIM : 211010043
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	14/11-24	Yamelia Sanjaya JUDUL PROPOSAL : Task socialization & abiling on land building task payer compliments on pematang johor village medan	213010014	
2	14/11-24	Vannita JUDUL PROPOSAL : Emoney & inflation on Indonesia's economic growth.	213010037	
3	14/11-24	Vioresca JUDUL PROPOSAL : The Impact of financial literation and lifestyle on the use of paylater be study on shopee paylater user stietapuu	213010045	
4	14/11-24	Vincent JUDUL PROPOSAL : The Impact of digital techonology use in enchoy productivity and competitive in the Medan Area	211010049	
5	14/11-24	Vergus Fernando JUDUL PROPOSAL : Impact analysis of digital marketing Strategy the role of spcial media ecomerce in increasing brand awareness	211010107	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan,20....
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa: Iyon Felim

NIM : 211010043

Konsentrasi : Pemasaran (Kewirausahaan) (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 089612792101 Email: ivonfelim17@gmail.com

Alamat Tinggal: Jalan Kepiting no.17

Nama Dosen Pembimbing 1:
Desma Erica Maryati
M.,S.Pd., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:
Dra. Pesta Gultom, M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	12/11 2024	Diskusi sumber referensi & indikator masing² variabel	Dr
2	18/11 2024	Revisi judul	Mf.
3	21/11 2024	Revisi judul	Mf.
4	22/11 2024	Bab 1 dan Bab 2	Mf.
5	5/12 2024	Revisi Bab 1	Mf.
6	9/12-2024	Identifikasi masalah, manfaat penelitian	Mf.
7	16/12-2024	latar belakang, identifikasi	Mf.
8	6/1. 2025	Penentuan populasi & sampel	Mf.
9	17/1. 2025	ACC sempro	Mf.
10	20/2-2025	Bimbingan Revisi Setelah Sempro	Mf.
11	7/5-2025	Bimbingan bab 4 & Bab 5	Mf.
12	14/5-2025	ACC sidang	Mf.
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Iyon Felim

NIM : 211010043

Konsentrasi : Pemasaran Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 089612792101 Email: ivonfelim17@gmail.com

Alamat Tinggal: Jalan Kepiting no. 17

Nama Dosen Pembimbing 1:

Desma Erica Maryati
M., S.Pd., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Dra. Pesta Gultom, M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	12/11/2024	Diskusi sumber definisi indikator masing-masing variabel	
2	13/11/2024	acc definisi & indikator - via whatsapp	
3	12/12/2024	Revisi Judul & acc definisi indikator (whatsapp)	
4	29/12/2024	Revisi Bab 1 via gmail	
5	01/01/2025	Revisi Bab 1, Bab 2, & Bab 3	
6	15/01-2025	Acc Bab 1, Bab 2, & Bab 3 lanjut Drping 1	
7	16/02-2025	Revisi bab 1, Bab 2 & Bab 3 (Whatsapp) setelah	
8	18/02-2025	diskusi bab 3 populasi & sampel	
9	21/02-2025	Revisi kuesioner setelah demmo proposal	
10	13/03-2025	Revisi kuesioner Via Whatsapp	
11	23/03-2025	Tabulasi kuesioner 30 Responden	
12	14/05-2025	Run Spss	
13	21/05-2025	Revisi Bab 5	
14	23/05-2025	Acc sidang	
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Ivon Felim
Tempat / Tanggal Lahir	: Medan / 17 Juni 2003
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jalan Kepiting No.17
Alamat Email	: ivonfelim17@gmail.com
Agama	: Buddha
Status	: Belum Menikah
Handphone (HP)	: 089612792101

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2021 s/d Tahun 2025	: STIE Eka Prasetya
Tahun 2018 s/d Tahun 2021	: SMA Sutomo 1 Medan
Tahun 2015 s/d Tahun 2018	: SMP Sutomo 1 Medan
Tahun 2009 s/d Tahun 2015	: SD Sutomo 1 Medan
Tahun 2007 s/d Tahun 2009	: TK Sutomo 1 Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

2021 s/d 2021	: Mizzu Café (Asisten Chef / Helper)
2021 s/d 2025	: Idiofyia (Pemilik)

DATA ORANGTUA

Nama Ayah	: Tjiaw Bian Hue
Pekerjaan	: Wiraswasta
Handphone (HP)	: 085162696833
Alamat	: Jalan Kepiting No.17

Nama Ibu	: Suwati Umran
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	: 085155079210
Alamat	: Jalan Kepiting No.17

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 16 - 01- 2025

Penulis,



Ivon Felim
211010043