

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuisioner

Pengaruh Website Quality (WebQual 4.0) terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Traveloka dengan *E-trust* sebagai Variabel Intervening

Kepada

Yth saudara/i

Dengan Hormat

Perkenalkan saya Ayu Tri Lestari, mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta Program Studi S1 Manajemen. Saat ini saya sedang menyusun skripsi yang berjudul "Pengaruh *Website Quality* (WebQual 4.0) terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Traveloka dengan *E-Trust* sebagai Variabel Intervening" (Studi pada Masyarakat Yogyakarta) yang menjadi syarat untuk menyelesaikan studi saya. Oleh karena itu saya mohon bantuan saudara/i untuk mengisi kuisioner berikut apabila saudara/i telah melakukan pembelian pada aplikasi Traveloka minimal sekali pada tahun 2023.

Seluruh informasi yang diperoleh dari kuisioner ini akan digunakan untuk penyusunan skripsi dan akan dijaga kerahasiannya. Atas bantuan saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner ini, saya ucapkan terimakasih. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Hormat Saya,

Ayu Tri Lestari

Lampiran 2 Kuisisioner**KUISISIONER****A. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : <17 Tahun (mohon berhenti sampai di sini)
 17 - 30 Tahun
 31 - 40 Tahun
 > 40 Tahun

Domisili : Yogyakarta
 Luar Yogyakarta (mohon berhenti sampai di sini)

Pekerjaan : Pelajar
 Mahasiswa
 Karyawan
 Wirausaha
 Lainnya

Apakah anda pernah melakukan pembelian layanan pada *e-commerce*
Traveloka pada tahun 2023?

Ya Tidak (mohon berhenti sampai di sini)

Berapa kali anda telah melakukan pembelian layanan pada *e-commerce* Traveloka pada tahun 2023?

- 1 Kali
- 2 Kali
- >2 Kali

B. PETUJUK PENGISIAN

Pilihlah satu jawaban dengan centang untuk setiap item pertanyaan yang dirasa tepat. Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

1. Kategori SS (sangat setuju)
2. Kategori S (setuju)
3. Kategori N (netral)
4. Kategori TS (tidak setuju)
5. Kategori STS (sangat tidak setuju)

C. KUISIONER

Variabel	Indikator	Definisi	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<i>Website Quality (X)</i>	<i>Usability</i>	Yaitu, berkaitan dengan bagaimana konsumen merasakan dan juga melakukan interaksi dengan sistem aplikasi	1. Aplikasi Traveloka mudah dioperasikan					
			2. Menu pada aplikasi Traveloka mudah dinavigasikan					
			3. Interaksi pada aplikasi Traveloka jelas dan dapat dimengerti					
	<i>Information</i>	Yaitu, berkaitan dengan kualitas konten dalam aplikasi dan juga kesesuaian informasi yang tersedia dapat sesuai dengan tujuan	4. Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang akurat					
			5. Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang mudah dimengerti					
			6. Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang <i>up to date</i>					
	<i>Service Interaction</i>	Yaitu, menyangkut dengan kualitas layanan interaksi yang dialami oleh pengguna bedasarkan aplikasi	7. Aplikasi Traveloka menjaga keamanan dalam bertransaksi					
			8. Aplikasi Traveloka menyediakan sarana untuk berkomunikasi					

			dengan <i>customer service</i> perusahaan					
<i>E-Trust</i> (Z)	<i>Integrity</i>	Yaitu kejujuran dan berisi kebenaran	9. Semua informasi yang terdapat pada aplikasi Traveloka adalah benar					
			10. Aplikasi Traveloka menyediakan informasi dengan jujur					
	<i>Advance Payment</i>	Kesediaan untuk melakukan pembayaran di muka	11. Saya bersedia membayar di muka dalam pembelian produk layanan pada aplikasi Traveloka					
			12. Saya yakin Traveloka menjamin keamanan Transaksi					
	<i>Fullfilment of Promise</i>	Kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan akan memenuhi janjinya	13. Saya yakin Traveloka akan memenuhi janjinya					
			14. Saya yakin produk layanan yang saya dapatkan akan sesuai dengan yang saya pesan pada aplikasi Traveloka					
Keputusan Pembelian (Y)	Prioritas pembelian	Dimana seseorang memprioritaskan yang menjadi	15. Saya akan membeli salah satu produk layanan yang					

		kebutuhan dari dirinya sendiri	ada di aplikasi Traveloka sesuai kebutuhan saya					
			16. Saat saya membutuhkan produk layanan (hotel/ tiket transportasi/ tiket destinasi wisata/ tiket event) saya akan membelinya pada aplikasi Traveloka					
	Kemudahan untuk Mendapatkan	Diamana konsumen mendapatkan informasi yang detail untuk memperoleh produk yang diinginkan	17. Informasi mengenai produk layanan yang akan saya beli di aplikasi Traveloka dengan mudah saya dapat dari berbagai sosial media					
			18. Saya mencari informasi mengenai produk layanan Traveloka dari kerabat sekitar					
	Pertimbangan Manfaat	Konsumen lebih mengutamakan kualitas dari produk yang ingin dibeli	19. Saya lebih mengutamakan manfaat yang saya dapatkan saat ingin membeli produk layanan pada aplikasi Traveloka					

			20. Saya lebih mengutamakan kualitas produk layanan yang akan saya beli pada aplikasi Traveloka					
Keyakinan dalam Membeli	Timbul keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli	21. Saya memutuskan membeli produk layanan pada aplikasi Traveloka sesuai dengan prioritas kebutuhan saya						
		22. Saya memutuskan membeli produk layanan pada aplikasi Traveloka setelah melakukan perbandingan dengan produk layanan sejenis lainnya						

89	5	4	4	5	5	4	4	4	35	4,38	3	3	4	4	4	4	22	3,67
90	3	4	4	4	3	3	4	3	28	3,50	2	2	3	3	3	3	16	2,67
91	5	4	5	4	4	5	4	5	36	4,50	4	4	4	4	5	4	25	4,17
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	4	5	5	5	5	5	29	4,83
93	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4,50	4	5	3	4	4	4	24	4,00
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
98	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4,25	4	5	5	5	4	4	27	4,50
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
101	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
103	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
104	4	4	5	3	4	5	4	5	34	4,25	4	5	3	3	4	4	23	3,83
105	4	5	5	5	4	3	4	4	34	4,25	4	4	4	3	5	4	24	4,00
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
107	4	4	4	5	4	5	4	4	34	4,25	4	5	4	4	4	4	25	4,17
108	4	4	4	5	5	5	4	4	35	4,38	4	4	4	4	4	4	24	4,00
109	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00
110	4	5	4	4	4	5	4	5	35	4,38	4	5	4	5	5	4	27	4,50

Keputusan Pembelian (Y)								Total	AVG
Prioritas		Kemudahan		Manfaat		Keyakinan			
Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8		
4	4	5	4	4	4	4	5	25	4,25
4	3	2	2	4	4	4	2	19	3,125
3	2	2	2	4	4	4	2	17	2,875
5	3	4	3	4	5	3	5	24	4
5	5	5	5	4	4	4	4	28	4,5
4	4	3	2	4	4	4	4	21	3,625
5	4	4	4	4	4	4	4	25	4,125
4	5	5	4	3	1	4	2	22	3,5
5	4	4	5	5	4	5	4	27	4,5
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
3	4	5	5	5	5	4	4	27	4,375
3	3	3	3	3	3	3	3	18	3
4	3	3	3	4	5	4	4	22	3,75
4	5	4	2	5	4	5	4	24	4,125
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
4	5	5	4	5	4	4	5	27	4,5
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
5	4	4	4	4	5	4	5	26	4,375
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
4	3	4	5	5	5	4	3	26	4,125
3	3	4	4	4	3	3	4	21	3,5
4	3	4	4	4	4	5	3	23	3,875
4	2	4	2	5	5	4	3	22	3,625
4	4	3	2	4	4	3	4	21	3,5
5	4	4	4	4	4	4	4	25	4,125
5	3	5	4	5	5	5	3	27	4,375
5	5	4	4	5	3	5	5	26	4,5
5	4	4	4	5	5	5	4	27	4,5
5	5	5	5	5	4	5	5	29	4,875
5	4	5	5	5	4	5	5	28	4,75
5	5	4	5	5	5	5	5	29	4,875
5	5	5	4	4	5	5	4	28	4,625
4	5	5	5	4	5	4	4	28	4,5
4	2	4	2	5	4	4	1	21	3,25
4	3	4	4	4	4	4	3	23	3,75
5	4	4	5	5	4	5	4	27	4,5
4	4	4	4	4	4	3	4	24	3,875
5	5	5	4	5	5	5	5	29	4,875
4	4	4	4	4	5	5	4	25	4,25
4	4	4	3	4	3	3	3	22	3,5

5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
4	5	5	5	5	5	4	5	29	4,75
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
3	4	4	3	3	3	4	4	20	3,5
3	3	4	4	4	3	3	3	21	3,375
5	5	5	5	5	5	5	5	30	5
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
4	4	4	4	4	4	4	5	24	4,125
4	4	4	4	4	4	4	4	24	4
4	5	5	4	4	4	4	5	26	4,375

B. Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X_1	29.39	18.827	.806	.912
X_2	29.47	18.985	.749	.915
X_3	29.40	18.297	.787	.912
X_4	29.49	18.160	.739	.916
X_5	29.44	18.982	.684	.920
X_6	29.42	18.374	.738	.916
X_7	29.42	18.888	.738	.916
X_8	29.55	17.992	.749	.916

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z_1	20.97	11.536	.812	.911
Z_2	20.95	11.823	.782	.915
Z_3	21.01	11.416	.744	.921
Z_4	20.84	12.108	.796	.913
Z_5	20.93	11.888	.818	.910
Z_6	20.91	11.870	.796	.913

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	29.30	19.625	.742	.903
Y_2	29.52	18.527	.754	.901
Y_3	29.35	19.460	.778	.900

Y_4	29.59	18.556	.713	.906
Y_5	29.27	20.127	.709	.906
Y_6	29.30	19.827	.615	.913
Y_7	29.31	19.793	.732	.904
Y_8	29.49	18.362	.765	.900

C. Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel *Website Quality*

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.924	8

b. Variabel *E-Trust*

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.921	6

c. Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.915	8

D. Hasil Uji PROCESS Macro v4.3

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2022).
www.guilford.com/p/hayes3

Model : 4

Y : Y

X : X

M : Z

Sample

Size: 110

OUTCOME VARIABLE:

Z

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2
.8164	.6665	.1636	215.8604	1.0000	108.0000
p					
.0000					

Model

coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	.1820	.2694	.6757	.5007	-.3519
.7159					
X	.9306	.0633	14.6922	.0000	.8050
1.0562					

OUTCOME VARIABLE:

Y

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2
.8664	.7506	.0988	160.9956	2.0000	107.0000
p					
.0000					

Model

coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	.5155	.2098	2.4577	.0156	.0997
.9314					

X	.5950	.0852	6.9810	.0000	.4261
.7640					
Z	.2876	.0748	3.8466	.0002	.1394
.4359					

***** TOTAL EFFECT MODEL *****

OUTCOME VARIABLE:

Y

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2
.8462	.7161	.1114	272.3987	1.0000	108.0000
.0000					

Model

coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	.5679	.2223	2.5547	.0120	.1273
1.0085					
X	.8627	.0523	16.5045	.0000	.7591
.9663					

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Total effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
.8627	.0523	16.5045	.0000	.7591	.9663

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
.5950	.0852	6.9810	.0000	.4261	.7640

Indirect effect(s) of X on Y:

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
Z	.2677	.0831	.1108
			.4380

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

----- END MATRIX -----