



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

---

---

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**



Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama Mahasiswa - NPM : Christian Calvin A - 02619230059  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Lokasi Kampus : Surabaya  
Jenis Tugas Akhir : Thesis (S2)  
Judul : ANALISIS PENGARUH *INFORMATION QUALITY, SERVICE QUALITY, PREFERENTIAL TREATMENT, DAN CUSTOMIZATION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA KONSUMEN APLIKASI SHOPEE ZERONE JAPAN DI SURABAYA

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya/kami dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya/kami memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas PelitaHarapan atas Tugas Akhir tersebut untuk diunggah ke dalam Repositori UPH.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya/kami tersebut, maka saya/kami bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Pelita Harapan dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di : Surabaya  
Pada Tanggal : 3 Maret 2025  
Yang menyatakan,

Tanda Tangan 			
Nama	(Christian Calvin A)		



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**ANALISIS PENGARUH *INFORMATION QUALITY*, *SERVICE QUALITY*,  
*PREFERENTIAL TREATMENT*, DAN *CUSTOMIZATION* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* PADA  
KONSUMEN APLIKASI SHOPEE ZERONE JAPAN DI SURABAYA**

Oleh:

**Nama : Christian Calvin A**  
**NPM : 02619230059**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Peminatan : Marketing**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Strata Dua pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan, Surabaya.

Surabaya, 3 Maret 2025

**Menyetujui,  
Pembimbing Utama**

(Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M)

**Ketua Program Studi Manajemen**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

(Dr. Hanan M. Sunawan, A.A., BA., MBA.)

(Dr. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN KAMPUS SURABAYA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

---

## **LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada Senin, 3 Maret 2025 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Dua pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya atas nama:

**Nama** : Christian Calvin Anggriawan  
**NPM** : 02619230059  
**Program Studi** : Manajemen  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH INFORMATION QUALITY, SERVICE QUALITY, PREFERENTIAL TREATMENT, DAN CUSTOMIZATION TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI PERCEIVED VALUE PADA KONSUMEN APLIKASI SHOPEE ZERONE JAPAN DI SURABAYA”** oleh tim pengujian yang terdiri dari:

**Dewan Penguji**

Dr. Hananiel M. Gunawan, A.A.,  
BA., MBA

**Jabatan dalam Penguji**

, sebagai Ketua

Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M

, sebagai Pembimbing

Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.

, sebagai Anggota

**Tanda Tangan**

**Surabaya, 03 Maret 2025**

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas hikmat dan anugerahnya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ANALYSIS OF THE EFFECT OF *INFORMATION QUALITY, SERVICE QUALITY, PREFERENTIAL TREATMENT, DAN CUSTOMIZATION ON REPURCHASE INTENTION THROUGH PERCEIVED VALUE ON CONSUMERS SHOPEE ZERONE JAPAN APLICATIONS IN SURABAYA*” ini sebagai persyaratan untuk akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Dua Universitas Pelita Harapan. Selain itu, penulis juga berharap penelitian ini mampu memberikan wawasan mengenai industri food & beverage yang dapat dilakukan oleh restoran agar dapat membuat konsumen memiliki sebuah loyalitas.

Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang sudah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada :

1. Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan.
2. Dr. Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M selaku Ketua Program Studi Magister Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Dr. Yolanda Soediby, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang sangat banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dan masukan dengan sangat detail sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Kedua orangtua dan kedua kakek saya yang sudah mendukung dan membantu saya baik secara finansial dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar.
4. Teman-teman terutama yang telah memberikan semangat dan dukungannya selama saya mengerjakan Tugas Akhir ini.
5. Kakak kelas yang telah memberikan contoh karya tulisnya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari panduan kerangka tugas akhir serta penulisannya.
6. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis berharap dari berbagai pihak untuk dapat memberikan saran maupun kritik untuk menyempurnakan studi kasus ini serta penulis juga berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, 3 Maret 2025

Christian Calvin Anggriawan

## LAMPIRAN A KUESIONER KONSUMEN APLIKASI SHOPEE

### ZERONE JAPAN DI SURABAYA

#### Petunjuk pengisian kuesioner

Pilih jawaban yang paling sesuai menurut Anda

1. Jenis kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia
  - a. < 18 tahun (Berhenti sampai disini, terima kasih)
  - b. 18 – 35 tahun
  - c. 36 – 50 tahun
  - d. 51 – 60 tahun
  - e. > 60 tahun (Berhenti sampai disini, terima kasih)
3. Apakah anda famiir dengan otomotif ?
  - a. Ya
  - b. Tidak (Berhenti sampai disini, terima kasih)
4. Apakah anda berdomisili di Surabaya ?
  - a. Ya
  - b. Tidak (Berhenti sampai disini, terima kasih)
5. Apakah anda pernah mengunjungi dan melakukan pembelian di aplikasi Shopee Zerone Japan selama 2 kali dalam kurun 6 bulan terakhir ?
  - a. Ya
  - b. Tidak keduanya (Berhenti sampai disini, terima kasih)

#### Petunjuk pengisian kuesioner

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Netral

4= Setuju

5= Sangat Setuju



<b>Pernyataan</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<i><b>Information Quality</b></i>						
1.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerone Japan menyediakan informasi produk dengan tepat					
2.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan menyediakan informasi up to date tentang promo pembelian					
3.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan menyediakan informasi yang dapat dipercaya					
4.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan menyediakan informasi yang mudah dipahami					
5.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan menjelaskan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen					
<i><b>Service Quality</b></i>						
1.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan pelayanan yang cepat					
2.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan pelayanan yang ramah					
3.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan dapat dipercaya dalam bertransaksi					
4.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerone Japan memproses pengiriman barang dengan cepat					
5.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan dapat menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik					
<i><b>Preferential Treatment</b></i>						
1.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan promo gratis ongkir kepada konsumen					
2.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan promo produk bundling yang cocok sesuai dengan kebutuhan					
3.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan video edukasi yang jelas terkait dengan penggunaan produk					

4.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan bonus produk seperti sarung tangan kepada konsumen saat melakukan pembelian					
5.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memberikan voucher potongan harga sesuai dengan jumlah pembelanjaan					
	<b>Customization</b>					
1.	Saya dapat memilih produk dengan efektif pada aplikasi Shopee Zerome Japan					
2.	Saya dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhan pada aplikasi Shopee Zerome Japan					
3.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan menampilkan produk sesuai preferensi yang diinginkan					
4.	Saya merasa aplikasi Shopee Zerome Japan memenuhi kebutuhan dalam berbelanja					
5.	Saya merasa dapat menyesuaikan kebutuhan otomotif pribadi pada aplikasi Shopee Zerome Japan					
	<b>Perceived Value</b>					
1.	Saya merasa berbelanja di aplikasi Shopee Zerone Japan menghemat banyak waktu					
2.	Saya merasa dapat membandingkan beberapa produk sekaligus saat berbelanja di aplikasi Shopee Zerone Japan					
3.	Saya merasa berbelanja di aplikasi Shopee Zerone Japan memberikan keuntungan dari promosi barang yang diberikan					
4.	Saya merasa berbelanja di aplikasi Shopee Zerone Japan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan					
5.	Saya merasa berbelanja di aplikasi Shopee Zerone Japan memiliki kualitas barang sesuai dengan harga yang ditawarkan					
	<b>Repurchase Intention</b>					
1.	Saya akan terus membeli produk yang dijual aplikasi Shopee Zerone Japan di masa mendatang					
2.	Saya akan memilih aplikasi Shopee Zerone Japan dalam melakukan pembelian produk					
3.	Saya akan memilih untuk terus membeli produk aplikasi Shopee Zerone Japan dibandingkan aplikasi lainnya					

4.	Saya tidak akan membeli produk lain selain produk yang terdapat di aplikasi Shopee Zerone Japan				
5.	Saya akan menggunakan aplikasi Shopee Zerone Japan untuk mencari produk yang saya inginkan				





## LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Information Quality					Service Quality					Preferential Treatment		
			IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	PT1	PT2	PT3
1	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
2	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
3	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	Pria	18 – 35	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
5	Pria	51 – 60	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4
6	Pria	36 – 50	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	3	5
7	Wanita	18 – 35	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4
8	Pria	51 – 60	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
9	Pria	18 – 35	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
10	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
11	Wanita	18 – 35	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
12	Pria	18 – 35	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
13	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
14	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
15	Wanita	18 – 35	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	2	2
16	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	Pria	18 – 35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
18	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
19	Wanita	18 – 35	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
20	Pria	18 – 35	5	4	4	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5
21	Wanita	18 – 35	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
22	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
23	Pria	18 – 35	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
24	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4
25	Pria	18 – 35	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4
26	Pria	18 – 35	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
27	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	Pria	18 – 35	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	Wanita	18 – 35	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
30	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
31	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
32	Pria	18 – 35	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5
33	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
34	Wanita	18 – 35	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
35	Pria	18 – 35	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Information Quality					Service Quality					Preferential Treatment		
			IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	PT1	PT2	PT3
36	Wanita	18 – 35	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
37	Wanita	18 – 35	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
38	Wanita	18 – 35	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
39	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
40	Wanita	18 – 35	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5
41	Wanita	18 – 35	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5
42	Pria	18 – 35	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4
43	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
44	Pria	18 – 35	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
45	Wanita	36 – 50	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5
46	Wanita	18 – 35	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
47	Pria	36 – 50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
48	Pria	18 – 35	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
49	Wanita	18 – 35	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
50	Wanita	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
51	Pria	36 – 50	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5	5
52	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
53	Wanita	36 – 50	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	5
54	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4
55	Wanita	51 – 60	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
56	Wanita	51 – 60	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
57	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
58	Wanita	18 – 35	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
59	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4
60	Pria	51 – 60	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
61	Pria	18 – 35	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
62	Wanita	18 – 35	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
63	Pria	18 – 35	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
64	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2
66	Pria	18 – 35	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
67	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
68	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	2	4	4
69	Wanita	18 – 35	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
70	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
71	Wanita	18 – 35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	Wanita	18 – 35	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3
73	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Information Quality					Service Quality					Preferential Treatment		
			IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	PT1	PT2	PT3
74	Pria	18 – 35	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3
75	Pria	18 – 35	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
76	Wanita	18 – 35	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
77	Pria	36 – 50	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
78	Pria	18 – 35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4
79	Pria	18 – 35	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
80	Pria	18 – 35	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
81	Pria	18 – 35	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
82	Pria	18 – 35	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
83	Pria	18 – 35	5	4	3	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4
84	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5
85	Pria	18 – 35	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
86	Pria	18 – 35	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
87	Pria	18 – 35	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4
88	Pria	18 – 35	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
89	Pria	18 – 35	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
90	Pria	18 – 35	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
91	Wanita	18 – 35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3
92	Wanita	36 – 50	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	3
93	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
94	Pria	18 – 35	4	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	2	3
95	Pria	18 – 35	4	3	4	4	4	5	4	5	3	5	3	4	3
96	Pria	18 – 35	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3
97	Pria	18 – 35	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4
98	Wanita	18 – 35	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
99	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
100	Pria	18 – 35	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	2	4	5
101	Wanita	18 – 35	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
102	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
103	Wanita	36 – 50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
104	Pria	18 – 35	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2
105	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
106	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2	4
107	Pria	18 – 35	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
108	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
109	Pria	18 – 35	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
110	Pria	36 – 50	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
111	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Information Quality					Service Quality					Preferential Treatment		
			IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	PT1	PT2	PT3
112	Pria	18 – 35	4	4	4	5	5	3	4	4	3	5	4	2	4
113	Pria	18 – 35	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
114	Pria	18 – 35	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
115	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
116	Pria	18 – 35	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3
117	Wanita	18 – 35	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3
118	Pria	36 – 50	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4
119	Pria	18 – 35	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	3	3	3
120	Wanita	18 – 35	4	3	3	3	3	5	5	4	4	5	3	4	4
121	Pria	36 – 50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4
122	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
123	Pria	18 – 35	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4
124	Pria	18 – 35	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4
125	Wanita	18 – 35	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
126	Pria	18 – 35	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5
127	Pria	18 – 35	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
128	Pria	18 – 35	5	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	4
129	Pria	18 – 35	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
130	Pria	18 – 35	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
131	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
132	Pria	18 – 35	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
133	Pria	51 – 60	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
134	Wanita	51 – 60	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
135	Pria	36 – 50	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
136	Pria	18 – 35	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4
137	Wanita	18 – 35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
138	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4
139	Pria	18 – 35	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5
140	Pria	36 – 50	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4
141	Wanita	18 – 35	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	2
142	Pria	18 – 35	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
143	Pria	18 – 35	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
144	Pria	18 – 35	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
145	Pria	18 – 35	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	2
146	Pria	18 – 35	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5
147	Pria	18 – 35	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4
148	Pria	36 – 50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
149	Pria	51 – 60	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	2	5

No	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Information Quality					Service Quality					Preferential Treatment			
			IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	SQ1	SQ2	SQ3	SQ4	SQ5	PT1	PT2	PT3	
150	Pria	36 – 50	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5

No	Preferential Treatment		Customization					Perceived Value					Repurchase Intention				
	PT4	PT5	C1	C2	C3	C4	C5	PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
2	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
6	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
7	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5
8	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
9	5	4	5	5	5	5	5	2	4	2	5	4	5	4	4	4	4
10	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
11	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
12	5	5	3	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
13	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5
14	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
15	4	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4
16	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
17	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5
19	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
20	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	3	5
21	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
22	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
23	5	5	4	3	5	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4
24	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
26	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	5	5	4	4	4	4	4
28	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
32	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4



No	Preferential Treatment		Customization					Perceived Value					Repurchase Intention				
	PT4	PT5	C1	C2	C3	C4	C5	PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5
34	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
36	5	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	5	4	4	4	5
37	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
38	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	5	4	5	5	4	4
40	5	5	3	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
41	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	3	5
42	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3
43	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	4
45	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
46	4	5	5	5	5	5	5	2	4	2	4	5	4	3	4	4	4
47	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
48	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
50	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
52	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
54	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
55	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3
56	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	5	4	4	4	3	4
57	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
58	5	5	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3
60	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
61	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
62	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5
63	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
66	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
67	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
68	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
69	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
70	4	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
71	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	5

No	Preferential Treatment		Customization					Perceived Value					Repurchase Intention				
	PT4	PT5	C1	C2	C3	C4	C5	PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5
72	3	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5
73	4	3	4	3	4	5	5	3	2	3	3	3	5	5	5	3	5
74	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5
75	5	5	4	5	5	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5
76	3	5	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
77	4	3	4	3	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5
78	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
79	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4
80	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4	3	5
81	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	2	5
82	3	4	5	5	5	5	5	2	2	4	4	5	5	4	4	3	5
83	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4
84	5	4	5	5	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4
85	4	5	4	5	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
87	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
88	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
89	5	5	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5
90	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4
91	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
92	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	5
93	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5
94	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	5	4	5	3	4
95	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4
96	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	3	4
97	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	4
98	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
99	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
100	4	2	5	5	5	5	5	4	2	5	4	2	4	3	3	5	5
101	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
102	4	5	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	3	5	3	4	4
103	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5
104	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5
105	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
106	4	2	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
107	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5
108	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4
109	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	Preferential Treatment		Customization					Perceived Value					Repurchase Intention				
	PT4	PT5	C1	C2	C3	C4	C5	PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5
110	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
111	4	4	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	4	5	3	3	4
112	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
114	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
115	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5
116	3	3	3	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4
117	3	3	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	5	4	5	3	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
119	3	3	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
120	4	3	5	5	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4
121	4	4	5	3	3	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4
122	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
123	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4
124	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
125	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
127	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
128	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	4
129	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
130	5	4	3	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
131	5	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
132	4	4	5	5	5	5	4	2	2	5	5	4	4	4	5	5	4
133	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
134	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
135	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5
136	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
137	2	2	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
138	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
139	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
140	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
141	2	2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3
142	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
143	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	4	5	5	5	5	5
144	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
145	2	5	4	3	5	5	5	4	2	4	5	2	4	4	4	5	5
146	5	5	3	4	4	3	3	5	2	4	5	4	5	4	5	5	4
147	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4

No	Preferential Treatment		Customization					Perceived Value					Repurchase Intention				
	PT4	PT5	C1	C2	C3	C4	C5	PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	RI1	RI2	RI3	RI4	RI5
148	5	5	4	5	4	5	4	5	2	4	5	4	4	5	5	5	5
149	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
150	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5



## LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK

### Jenis Kelamin Responden

	Frekuensi	Persentase (%)
<b>Pria</b>	114	76
<b>Wanita</b>	36	24
<b>Total</b>	150	100

### Usia Responden

	Frekuensi	Persentase (%)
<b>18 - 35 Tahun</b>	127	84.7
<b>36 - 50 Tahun</b>	15	10
<b>51 - 60 Tahun</b>	8	5.3
<b>Total</b>	150	100

### IQ1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	5	3.3	3.3	3.3
S	70	46.7	46.7	50.0
SS	75	50.0	50.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

### IQ2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	14	9.3	9.3	9.3
S	79	52.7	52.7	62.0
SS	57	38.0	38.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

### IQ3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid N	8	5.3	5.3	5.3
S	83	55.3	55.3	60.7
SS	59	39.3	39.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	



**IQ4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	2.0	2.0	2.0
	S	89	59.3	59.3	61.3
	SS	58	38.7	38.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**IQ5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	4.0	4.0	4.0
	S	81	54.0	54.0	58.0
	SS	63	42.0	42.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**SQ1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	4.7	4.7	4.7
	S	64	42.7	42.7	47.3
	SS	79	52.7	52.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**SQ2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	4.7	4.7	4.7
	S	66	44.0	44.0	48.7
	SS	77	51.3	51.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**SQ3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	10.7	10.7	10.7
	S	69	46.0	46.0	56.7
	SS	65	43.3	43.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**SQ4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	8.7	8.7	8.7
	S	58	38.7	38.7	47.3
	SS	79	52.7	52.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**SQ5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	1.3	1.3	1.3
	S	64	42.7	42.7	44.0
	SS	84	56.0	56.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PT1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	10.0	10.0	10.0
	S	68	45.3	45.3	55.3
	SS	67	44.7	44.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PT2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	18	12.0	12.0	12.0
	S	80	53.3	53.3	65.3
	SS	52	34.7	34.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PT3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	11.3	11.3	11.3
	S	68	45.3	45.3	56.7
	SS	65	43.3	43.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PT4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	9.3	9.3	9.3
	S	80	53.3	53.3	62.7
	SS	56	37.3	37.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PT5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	10.7	10.7	10.7
	S	68	45.3	45.3	56.0
	SS	66	44.0	44.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**C1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	23	15.3	15.3	15.3
	S	66	44.0	44.0	59.3
	SS	61	40.7	40.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**C2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	26	17.3	17.3	17.3
	S	56	37.3	37.3	54.7
	SS	68	45.3	45.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**C3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	10.0	10.0	10.0
	S	54	36.0	36.0	46.0
	SS	81	54.0	54.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**C4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	22	14.7	14.7	14.7
	S	53	35.3	35.3	50.0
	SS	75	50.0	50.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**C5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	16.7	16.7	16.7
	S	62	41.3	41.3	58.0
	SS	63	42.0	42.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PV1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	9.3	9.3	9.3
	N	9	6.0	6.0	15.3
	S	72	48.0	48.0	63.3
	SS	55	36.7	36.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PV2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	8.0	8.0	8.0
	N	9	6.0	6.0	14.0
	S	78	52.0	52.0	66.0
	SS	51	34.0	34.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PV3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	5.3	5.3	5.3
	N	10	6.7	6.7	12.0
	S	86	57.3	57.3	69.3
	SS	46	30.7	30.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PV4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	8.7	8.7	8.7
	S	72	48.0	48.0	56.7
	SS	65	43.3	43.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**PV5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	9.3	9.3	9.3
	S	70	46.7	46.7	56.0
	SS	66	44.0	44.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**RI1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	6.0	6.0	6.0
	S	72	48.0	48.0	54.0
	SS	69	46.0	46.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**RI2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	6.7	6.7	6.7
	S	77	51.3	51.3	58.0
	SS	63	42.0	42.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**RI3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	10.0	10.0	10.0
	S	75	50.0	50.0	60.0
	SS	60	40.0	40.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**RI4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	2.7	2.7	2.7
	N	25	16.7	16.7	19.3
	S	66	44.0	44.0	63.3
	SS	55	36.7	36.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**RI5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	2.7	2.7	2.7
	S	75	50.0	50.0	52.7
	SS	71	47.3	47.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IQ1	150	3	5	4.47	.564
IQ2	150	3	5	4.29	.628
IQ3	150	3	5	4.34	.577
IQ4	150	3	5	4.37	.523
IQ5	150	3	5	4.38	.564
SQ1	150	3	5	4.48	.588
SQ2	150	3	5	4.47	.587
SQ3	150	3	5	4.33	.660
SQ4	150	3	5	4.44	.650
SQ5	150	3	5	4.55	.526
PT1	150	3	5	4.35	.655
PT2	150	3	5	4.23	.647
PT3	150	3	5	4.32	.669
PT4	150	3	5	4.28	.625
PT5	150	3	5	4.33	.662
C1	150	3	5	4.25	.707
C2	150	3	5	4.28	.743
C3	150	3	5	4.44	.670
C4	150	3	5	4.35	.725
C5	150	3	5	4.25	.725
PV1	150	2	5	4.12	.889
PV2	150	2	5	4.12	.843
PV3	150	2	5	4.13	.757
PV4	150	3	5	4.35	.634
PV5	150	3	5	4.35	.645
RI1	150	3	5	4.40	.602
RI2	150	3	5	4.35	.604
RI3	150	3	5	4.30	.642
RI4	150	2	5	4.15	.789
RI5	150	3	5	4.45	.550
Valid N (listwise)	150				



**LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN**

***STRUCTURAL EQUATION MODEL***

**UJI NORMALITAS**

*Multivariate Normality*

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PV5	2	5	-0,995	-4,973	1,114	2,784
PV4	2	5	-0,773	-3,867	0,566	1,415
PV3	2	5	-0,971	-4,854	1,288	3,221
PV2	1	5	-1,161	-5,806	1,362	3,404
PV1	2	5	-1,041	-5,203	0,564	1,410
RI5	3	5	-0,274	-1,369	-0,995	-2,486
RI4	2	5	-0,593	-2,967	-0,258	-0,644
RI3	3	5	-0,366	-1,828	-0,706	-1,764
RI2	3	5	-0,341	-1,707	-0,67	-1,674
RI1	3	5	-0,444	-2,222	-0,667	-1,667
C1	3	5	-0,4	-2,001	-0,939	-2,349
C2	3	5	-0,499	-2,494	-1,039	-2,598
C3	3	5	-0,786	-3,93	-0,508	-1,270
C4	3	5	-0,647	-3,235	-0,852	-2,130
C5	1	5	-0,856	-4,279	0,806	2,015
PT1	2	5	-0,991	-4,953	0,985	2,464
PT2	2	5	-0,956	-4,779	1,104	2,760
PT3	2	5	-0,996	-4,979	0,91	2,275
PT4	2	5	-0,864	-4,321	1,168	2,919
PT5	2	5	-1,031	-5,153	1,039	2,597
SQ1	3	5	-0,651	-3,253	-0,53	-1,326
SQ2	2	5	-0,831	-4,153	0,605	1,512
SQ3	2	5	-0,62	-3,102	-0,162	-0,406
SQ4	2	5	-0,899	-4,493	0,22	0,551
SQ5	3	5	-0,547	-2,733	-0,917	-2,292
IQ1	2	5	-0,745	-3,727	0,671	1,678
IQ2	2	5	-0,77	-3,852	0,881	2,204
IQ3	2	5	-0,686	-3,428	1,168	2,921
IQ4	2	5	-0,293	-1,466	0,708	1,771
IQ5	2	5	-0,745	-3,727	1,405	3,513
Multivariate					69,826	9,758

## UJI OUTLIER UNIVARIAT DENGAN Z-SCORE

**Statistik Deskriptif Z-Score**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(IQ1)	150	-2,60220	,94626	,0000000	1,0000000
Zscore(IQ2)	150	-2,05040	1,13675	,0000000	1,0000000
Zscore(IQ3)	150	-2,32110	1,14323	,0000000	1,0000000
Zscore(IQ4)	150	-2,61065	1,20981	,0000000	1,0000000
Zscore(IQ5)	150	-2,44826	1,09994	,0000000	1,0000000
Zscore(SQ1)	150	-2,51886	,88501	,0000000	1,0000000
Zscore(SQ2)	150	-2,49876	,90864	,0000000	1,0000000
Zscore(SQ3)	150	-2,00873	1,01950	,0000000	1,0000000
Zscore(SQ4)	150	-2,21525	,86149	,0000000	1,0000000
Zscore(SQ5)	150	-2,94227	,86239	,0000000	1,0000000
Zscore(PT1)	150	-2,05520	,99708	,0000000	1,0000000
Zscore(PT2)	150	-1,89714	1,19602	,0000000	1,0000000
Zscore(PT3)	150	-1,97378	1,01680	,0000000	1,0000000
Zscore(PT4)	150	-2,04735	1,15164	,0000000	1,0000000
Zscore(PT5)	150	-2,01356	1,00678	,0000000	1,0000000
Zscore(C1)	150	-1,77399	1,05684	,0000000	1,0000000
Zscore(C2)	150	-1,72291	,96913	,0000000	1,0000000
Zscore(C3)	150	-2,14807	,83536	,0000000	1,0000000
Zscore(C4)	150	-1,86720	,89221	,0000000	1,0000000
Zscore(C5)	150	-1,72813	1,02952	,0000000	1,0000000
Zscore(PV1)	150	-2,38387	,98953	,0000000	1,0000000
Zscore(PV2)	150	-2,51538	1,04412	,0000000	1,0000000
Zscore(PV3)	150	-2,81898	1,14521	,0000000	1,0000000
Zscore(PV4)	150	-2,12263	1,02979	,0000000	1,0000000
Zscore(PV5)	150	-2,08810	1,01304	,0000000	1,0000000
Zscore(RI1)	150	-2,32554	,99666	,0000000	1,0000000
Zscore(RI2)	150	-2,24236	1,07147	,0000000	1,0000000
Zscore(RI3)	150	-2,02348	1,08957	,0000000	1,0000000
Zscore(RI4)	150	-2,72048	1,08143	,0000000	1,0000000
Zscore(RI5)	150	-2,63028	1,00605	,0000000	1,0000000
Valid N (listwise)	150				

## UJI OUTLIER MULTIVARIAT DENGAN MAHALANOBIS DISTANCE

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
77	56,23	0,003	0,32
90	55,059	0,003	0,097
117	50,899	0,01	0,19
23	45,869	0,032	0,71
120	45,034	0,038	0,685
114	44,928	0,039	0,538
54	44,923	0,039	0,375
79	44,445	0,043	0,328
85	43,38	0,054	0,427
20	43,373	0,054	0,298
112	43,242	0,056	0,217
21	42,414	0,066	0,286
44	42,404	0,066	0,193
108	40,28	0,1	0,64
111	39,91	0,107	0,642
98	39,107	0,123	0,768
126	39,014	0,125	0,708
147	38,661	0,134	0,722
42	38,302	0,142	0,74
9	38,138	0,146	0,707
135	37,938	0,151	0,685
82	37,662	0,159	0,689
86	37,629	0,16	0,616
36	37,538	0,162	0,56
80	37,489	0,163	0,49
32	37,428	0,165	0,425
146	36,953	0,179	0,514
55	36,665	0,187	0,538
26	36,656	0,187	0,459
88	36,437	0,194	0,46
144	36,198	0,202	0,472
11	35,967	0,209	0,482
48	35,809	0,214	0,466
73	35,701	0,218	0,43
45	35,575	0,222	0,404
128	35,547	0,223	0,341
123	35,539	0,224	0,277
132	35,08	0,24	0,379

33	34,507	0,261	0,543
94	33,989	0,281	0,684
141	33,89	0,285	0,657
60	33,752	0,291	0,645
119	33,73	0,292	0,585
12	33,619	0,296	0,563
40	33,393	0,306	0,591
93	33,337	0,308	0,546
145	33,184	0,315	0,544
131	33,121	0,317	0,502
25	33,108	0,318	0,439
74	33,099	0,318	0,375
62	32,997	0,323	0,354
92	32,796	0,331	0,375
136	32,261	0,355	0,553
28	32,19	0,359	0,518
41	32,034	0,366	0,524
89	32,024	0,366	0,461
4	31,962	0,369	0,423
81	31,726	0,38	0,468
8	31,482	0,392	0,517
97	31,468	0,393	0,458
65	31,247	0,403	0,498
18	31,137	0,409	0,485
140	31,065	0,412	0,454
7	30,969	0,417	0,435
56	30,839	0,423	0,433
38	30,817	0,424	0,38
102	30,746	0,428	0,351
63	30,651	0,433	0,334
150	30,581	0,436	0,306
46	30,475	0,442	0,295
124	30,465	0,442	0,245
59	30,284	0,451	0,265
58	30,028	0,464	0,319
96	29,963	0,468	0,291
22	29,786	0,477	0,311
35	29,436	0,495	0,417
110	29,152	0,51	0,497
125	29,081	0,513	0,468
133	29,003	0,517	0,443
148	28,865	0,525	0,449

104	28,863	0,525	0,386
130	28,807	0,528	0,352
13	28,664	0,535	0,36
72	28,613	0,538	0,324
67	28,138	0,563	0,499
61	28,022	0,569	0,494
19	27,907	0,575	0,489
70	27,881	0,577	0,437
31	27,843	0,579	0,392
129	27,841	0,579	0,331
78	27,624	0,59	0,375
64	27,493	0,597	0,377
83	27,378	0,603	0,372
106	27,356	0,605	0,32
57	27,266	0,609	0,303
109	27,115	0,617	0,314
34	26,98	0,624	0,317
51	26,973	0,625	0,263
116	26,409	0,654	0,477
107	26,332	0,658	0,449

### **UJI MULTIKOLINEARITAS DAN SINGULARITAS**

Condition number = 107.532

Eigenvalues

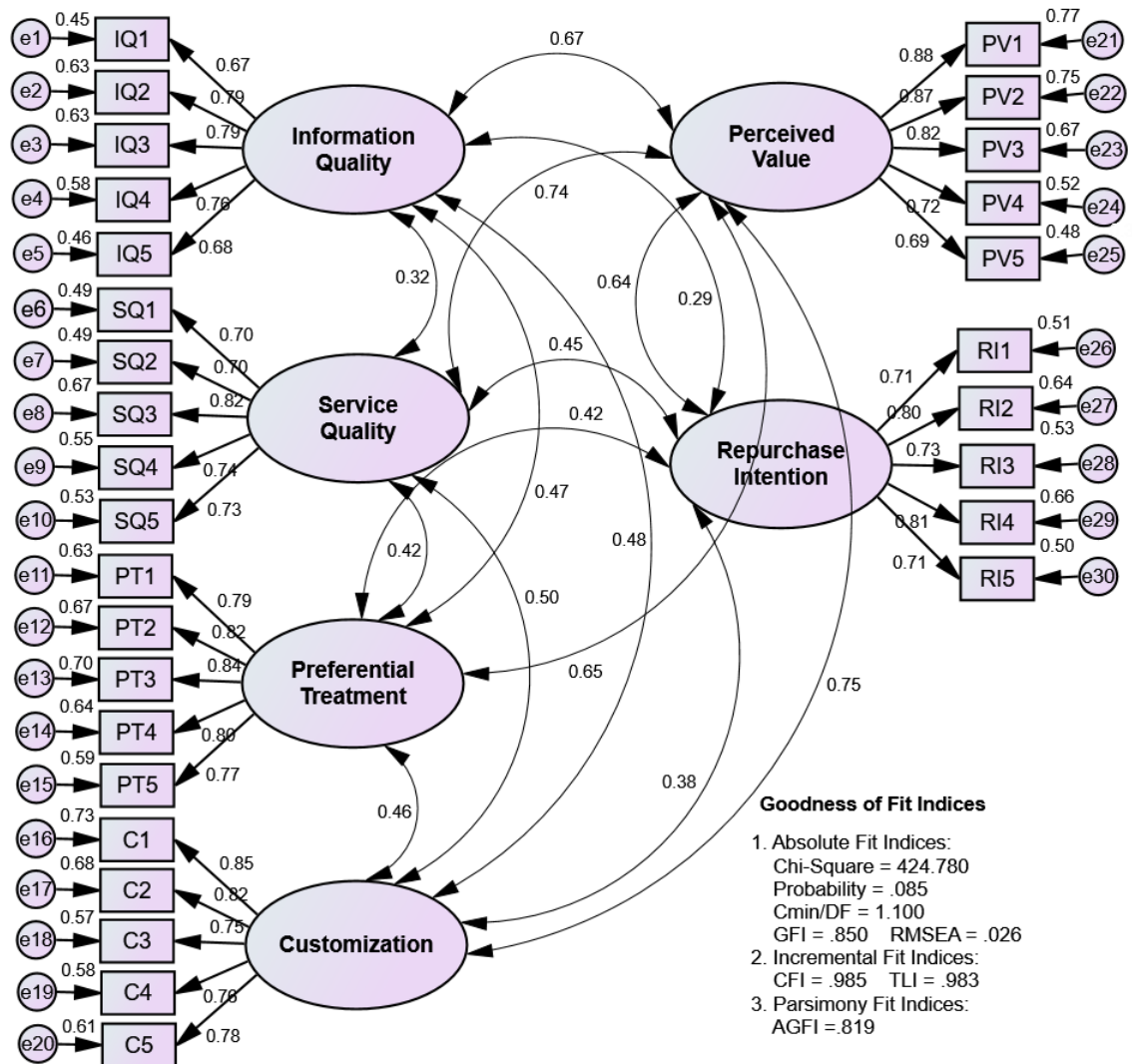
5.304 1.109 .951 .738 .713 .360 .308 .291 .272 .255 .232 .222 .209 .193 .179 .173

.159 .146 .144 .135 .124 .120 .110 .107 .097 .090 .081 .072 .064 .049

Determinant of sample covariance matrix = 1.591

### **UJI HASIL ESTIMASI MEASUREMENT MODEL**





**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
IQ5 <---	Information_Quality	1.000				
IQ4 <---	Information_Quality	1.045	.129	8.133	***	par_1
IQ3 <---	Information_Quality	1.200	.122	9.804	***	par_2
IQ2 <---	Information_Quality	1.306	.158	8.282	***	par_3
IQ1 <---	Information_Quality	.992	.143	6.921	***	par_4
SQ5 <---	Service_Quality	1.000				
SQ4 <---	Service_Quality	1.249	.148	8.435	***	par_5
SQ3 <---	Service_Quality	1.409	.151	9.318	***	par_6
SQ2 <---	Service_Quality	1.070	.131	8.150	***	par_7
SQ1 <---	Service_Quality	1.074	.131	8.201	***	par_8
PT5 <---	Preferential_Treatment	1.000				
PT4 <---	Preferential_Treatment	.987	.097	10.183	***	par_9

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PT3 <--- Preferential_Treatment	1.104	.106	10.422	***	par_10
PT2 <--- Preferential_Treatment	1.044	.113	9.232	***	par_11
PT1 <--- Preferential_Treatment	1.023	.105	9.732	***	par_12
C5 <--- Customization	1.000				
C4 <--- Customization	.976	.099	9.897	***	par_13
C3 <--- Customization	.892	.094	9.535	***	par_14
C2 <--- Customization	1.083	.103	10.522	***	par_15
C1 <--- Customization	1.066	.095	11.247	***	par_16
RI1 <--- Repurchase_Intention	1.000				
RI2 <--- Repurchase_Intention	1.120	.125	8.954	***	par_17
RI3 <--- Repurchase_Intention	1.092	.134	8.160	***	par_18
RI4 <--- Repurchase_Intention	1.494	.166	9.006	***	par_19
RI5 <--- Repurchase_Intention	.906	.111	8.188	***	par_20
PV3 <--- Perceived_Value	.793	.061	13.052	***	par_21
PV2 <--- Perceived_Value	.937	.064	14.687	***	par_22
PV1 <--- Perceived_Value	1.000				
PV4 <--- Perceived_Value	.589	.056	10.567	***	par_23
PV5 <--- Perceived_Value	.571	.058	9.780	***	par_24

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
IQ5 <--- Information_Quality	.676
IQ4 <--- Information_Quality	.761
IQ3 <--- Information_Quality	.792
IQ2 <--- Information_Quality	.793
IQ1 <--- Information_Quality	.671
SQ5 <--- Service_Quality	.731
SQ4 <--- Service_Quality	.739
SQ3 <--- Service_Quality	.820
SQ2 <--- Service_Quality	.700
SQ1 <--- Service_Quality	.702
PT5 <--- Preferential_Treatment	.767
PT4 <--- Preferential_Treatment	.802
PT3 <--- Preferential_Treatment	.838
PT2 <--- Preferential_Treatment	.820
PT1 <--- Preferential_Treatment	.793
C5 <--- Customization	.780
C4 <--- Customization	.761
C3 <--- Customization	.753
C2 <--- Customization	.825
C1 <--- Customization	.854
RI1 <--- Repurchase_Intention	.715

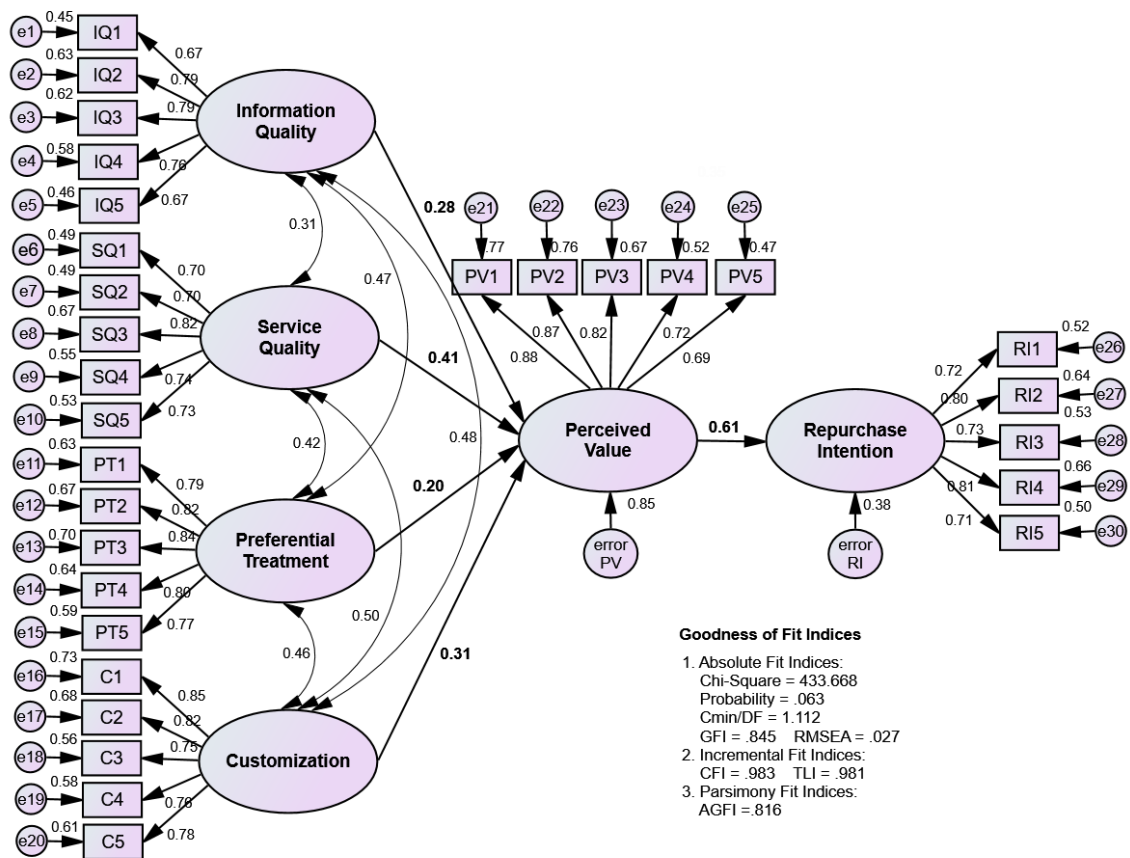
	Estimate
RI2 <--- Repurchase_Intention	.798
RI3 <--- Repurchase_Intention	.731
RI4 <--- Repurchase_Intention	.815
RI5 <--- Repurchase_Intention	.709
PV3 <--- Perceived_Value	.818
PV2 <--- Perceived_Value	.867
PV1 <--- Perceived_Value	.877
PV4 <--- Perceived_Value	.724
PV5 <--- Perceived_Value	.690

**PERHITUNGAN CONSTRUCT RELIABILITY DAN AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)**

onstruk	Indikator	FL	FL <sup>2</sup>	Error	Construct Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Information Quality	IQ1	0.671	0.450	0.550	0.858	0.548
	IQ2	0.793	0.629	0.371		
	IQ3	0.792	0.627	0.373		
	IQ4	0.761	0.579	0.421		
	IQ5	0.676	0.457	0.543		
Service Quality	SQ1	0.702	0.493	0.507	0.858	0.547
	SQ2	0.700	0.490	0.510		
	SQ3	0.820	0.672	0.328		
	SQ4	0.739	0.546	0.454		
	SQ5	0.731	0.534	0.466		
Preferential Treatment	PT1	0.793	0.629	0.371	0.902	0.647
	PT2	0.820	0.672	0.328		
	PT3	0.838	0.702	0.298		
	PT4	0.802	0.643	0.357		
	PT5	0.767	0.588	0.412		
Customization	C1	0.854	0.729	0.271	0.896	0.633
	C2	0.825	0.681	0.319		
	C3	0.753	0.567	0.433		
	C4	0.761	0.579	0.421		
	C5	0.780	0.608	0.392		
Perceived Value	PV1	0.877	0.769	0.231	0.897	0.638
	PV2	0.867	0.752	0.248		
	PV3	0.818	0.669	0.331		

	PV4	0.724	0.524	0.476		
	PV5	0.690	0.476	0.524		
Repurchase Intention	RI1	0.715	0.511	0.489	0.868	0.570
	RI2	0.798	0.637	0.363		
	RI3	0.731	0.534	0.466		
	RI4	0.815	0.664	0.336		
	RI5	0.709	0.503	0.497		

## HASIL ESTIMASI STRUKTURAL MODEL



### Parameter Summary (Group number 1)

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	38	0	0	0	0	38
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	29	10	36	0	0	75
Total	67	10	36	0	0	113

**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Perceived_Value	<---	Service_Quality	.844	.142	5.954	***
Perceived_Value	<---	Preferential_Treatment	.303	.095	3.199	.001
Perceived_Value	<---	Customization	.430	.094	4.583	***
Perceived_Value	<---	Information_Quality	.585	.136	4.300	***
Repurchase_Intention	<---	Perceived_Value	.338	.052	6.478	***
IQ5	<---	Information_Quality	1.000			
IQ4	<---	Information_Quality	1.049	.129	8.110	***
IQ3	<---	Information_Quality	1.200	.123	9.785	***
IQ2	<---	Information_Quality	1.306	.158	8.258	***
IQ1	<---	Information_Quality	.999	.144	6.921	***
SQ5	<---	Service_Quality	1.000			
SQ4	<---	Service_Quality	1.253	.148	8.441	***
SQ3	<---	Service_Quality	1.412	.152	9.315	***
SQ2	<---	Service_Quality	1.069	.131	8.129	***
SQ1	<---	Service_Quality	1.075	.131	8.190	***
PT5	<---	Preferential_Treatment	1.000			
PT4	<---	Preferential_Treatment	.987	.097	10.190	***
PT3	<---	Preferential_Treatment	1.104	.106	10.426	***
PT2	<---	Preferential_Treatment	1.043	.113	9.232	***
PT1	<---	Preferential_Treatment	1.023	.105	9.734	***
C5	<---	Customization	1.000			
C4	<---	Customization	.979	.098	9.948	***
C3	<---	Customization	.889	.094	9.512	***
C2	<---	Customization	1.082	.103	10.513	***
C1	<---	Customization	1.065	.095	11.238	***
RI1	<---	Repurchase_Intention	1.000			
RI2	<---	Repurchase_Intention	1.118	.124	9.007	***
RI3	<---	Repurchase_Intention	1.083	.133	8.163	***
RI4	<---	Repurchase_Intention	1.481	.164	9.015	***
RI5	<---	Repurchase_Intention	.899	.110	8.206	***
PV3	<---	Perceived_Value	.793	.061	13.104	***
PV2	<---	Perceived_Value	.940	.063	14.871	***
PV1	<---	Perceived_Value	1.000			
PV4	<---	Perceived_Value	.584	.056	10.484	***
PV5	<---	Perceived_Value	.565	.058	9.702	***

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate
Perceived_Value	<---	Service_Quality	.414
Perceived_Value	<---	Preferential_Treatment	.197
Perceived_Value	<---	Customization	.311



			Estimate
Perceived_Value	<---	Information_Quality	.284
Repurchase_Intention	<---	Perceived_Value	.613
IQ5	<---	Information_Quality	.675
IQ4	<---	Information_Quality	.762
IQ3	<---	Information_Quality	.791
IQ2	<---	Information_Quality	.792
IQ1	<---	Information_Quality	.674
SQ5	<---	Service_Quality	.730
SQ4	<---	Service_Quality	.740
SQ3	<---	Service_Quality	.820
SQ2	<---	Service_Quality	.699
SQ1	<---	Service_Quality	.702
PT5	<---	Preferential_Treatment	.767
PT4	<---	Preferential_Treatment	.802
PT3	<---	Preferential_Treatment	.838
PT2	<---	Preferential_Treatment	.820
PT1	<---	Preferential_Treatment	.793
C5	<---	Customization	.780
C4	<---	Customization	.765
C3	<---	Customization	.751
C2	<---	Customization	.824
C1	<---	Customization	.853
RI1	<---	Repurchase_Intention	.718
RI2	<---	Repurchase_Intention	.801
RI3	<---	Repurchase_Intention	.729
RI4	<---	Repurchase_Intention	.812
RI5	<---	Repurchase_Intention	.707
PV3	<---	Perceived_Value	.820
PV2	<---	Perceived_Value	.873
PV1	<---	Perceived_Value	.880
PV4	<---	Perceived_Value	.720
PV5	<---	Perceived_Value	.686

**Covariances: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Service_Quality	<-->	Preferential_Treatment	.081	.021	3.878	***
Preferential_Treatment	<-->	Customization	.132	.031	4.304	***
Information_Quality	<-->	Service_Quality	.046	.015	3.014	.003
Information_Quality	<-->	Preferential_Treatment	.090	.022	4.177	***
Service_Quality	<-->	Customization	.107	.025	4.347	***
Information_Quality	<-->	Customization	.102	.024	4.207	***



**Correlations: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate
Service_Quality	<-->	Preferential_Treatment	.420
Preferential_Treatment	<-->	Customization	.463
Information_Quality	<-->	Service_Quality	.315
Information_Quality	<-->	Preferential_Treatment	.470
Service_Quality	<-->	Customization	.497
Information_Quality	<-->	Customization	.479

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
Perceived_Value	.852
Repurchase_Intention	.375

**Modification Indices (Group number 1 - Default model)**

**Covariances: (Group number 1 - Default model)**

	M.I.	Par Change
e30 <--> Customization	5.540	.039
e30 <--> Information_Quality	8.462	-.034
e26 <--> e30	5.552	.035
e17 <--> error_PV	5.323	.037
e20 <--> e21	6.733	.049
e20 <--> e17	4.625	-.039
e20 <--> e19	4.559	.042
e14 <--> e22	5.771	-.036
e7 <--> error_RI	4.563	-.030
e7 <--> e19	4.090	.037
e8 <--> e17	4.142	-.034
e9 <--> e15	5.407	.041
e10 <--> e22	4.923	-.032
e1 <--> e29	4.049	.037
e1 <--> e20	4.159	-.035
e2 <--> e17	4.167	-.033
e2 <--> e20	7.283	.045
e3 <--> e11	15.653	-.050
e4 <--> e30	12.354	-.043

**Model Fit Summary**

**CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	75	433.668	390	.063	1.112
Saturated model	465	.000	0		

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Independence model	30	3067.066	435	.000	7.051

### RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.021	.845	.816	.709
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.168	.196	.141	.184

### Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.859	.842	.984	.981	.983
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

### Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.897	.770	.882
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

### NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	43.668	.000	98.685
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2632.066	2460.097	2811.432

### FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2.911	.293	.000	.662
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	20.584	17.665	16.511	18.869

### RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.027	.000	.041	.998
Independence model	.202	.195	.208	.000

### AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	583.668	623.074	809.465	884.465

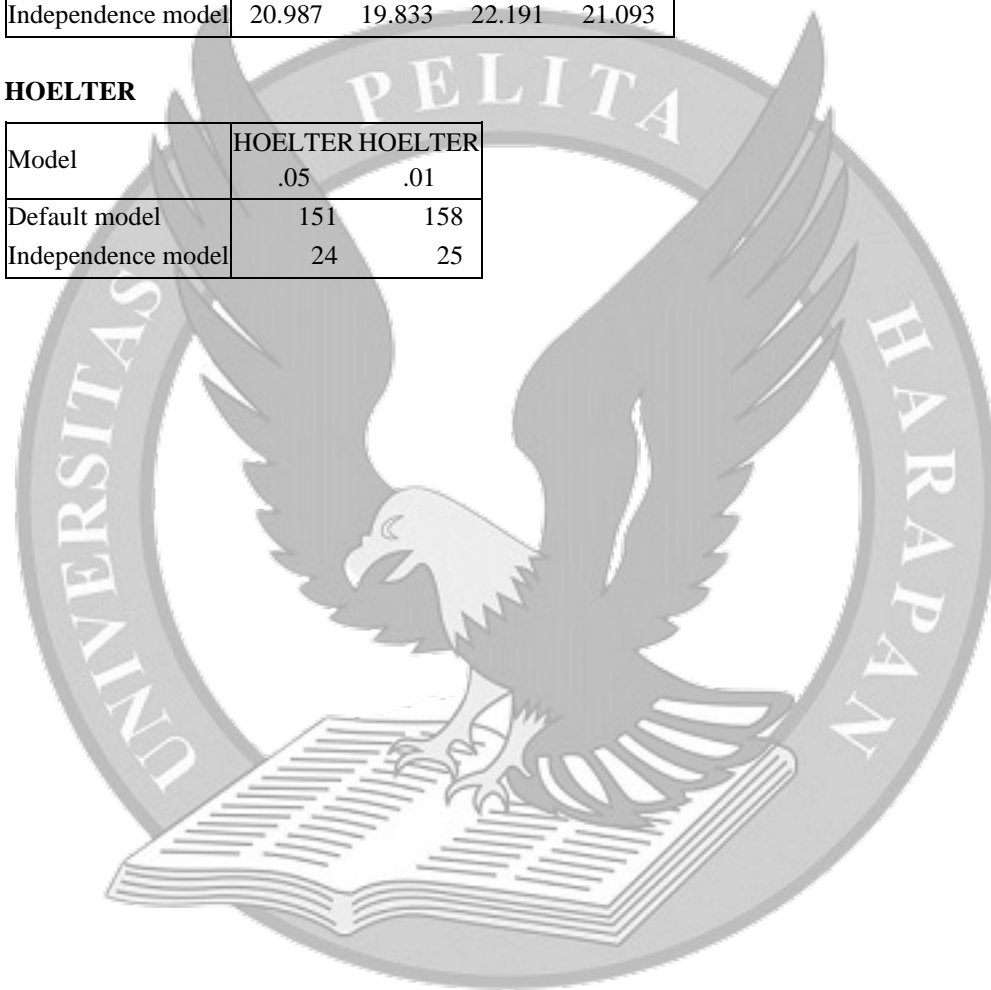
Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Saturated model	930.000	1174.322	2329.945	2794.945
Independence model	3127.066	3142.829	3217.386	3247.386

#### ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	3.917	3.624	4.286	4.182
Saturated model	6.242	6.242	6.242	7.881
Independence model	20.987	19.833	22.191	21.093

#### HOELTER

Model	HOELTER HOELTER	
	.05	.01
Default model	151	158
Independence model	24	25



## LAMPIRAN E: HASIL TURNITIN HALAMAN TERAKHIR

The screenshot shows a Turnitin Originality Report for a document titled "Tesis Christian". The report is displayed within an Adobe Reader window. The main metrics are: Similarity Index (19%), Internet Sources (18%), Publications (7%), and Student Papers (5%). Below these, a list of primary sources is provided, each with a percentage contribution to the similarity score.

Rank	Source	Percentage
1	repository.uph.edu Internet Source	5%
2	dspace.uphsurabaya.ac.id:8080 Internet Source	4%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.mdp.ac.id Internet Source	<1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%

