

**PENGUKURAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *NET PROMOTER SCORE* PADA
PERUSAHAAN PLATFORM DIGITAL**

(Studi Pada Masyarakat Generasi *Millennial* Kota dan Kabupaten Malang)

SKRIPSI



Oleh

FINDI DIA FINALIA SARI

NIM : 16510032

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

**PENGUKURAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *NET PROMOTER SCORE* PADA
PERUSAHAAN PLATFORM DIGITAL**

(Studi Pada Masyarakat Generasi *Millennial* Kota dan Kabupaten Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Oleh

FINDI DIA FINALIA SARI

NIM : 16510032

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGUKURAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
MENGUNAKAN METODE *NET PROMOTER SCORE* PADA
PERUSAHAAN PLATFORM DIGITAL**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Generasi Millennial Kota dan Kabupaten
Malang)**

SKRIPSI

Oleh

FINDI DIA FINALIA SARI

NIM : 16510032

Telah disetujui pada tanggal 03 November 2020

Dosen Pembimbing,



H. Slamet, SE., M.M., Ph.D.
NIP. 196604171998031003

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, SE., M.M., CRA
NIP. 196708162003121001

LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Ku persembahkan karya ini kepada orang-orang yang selalu memberiku semangat dan selalu mendoakanku setiap saat.

Untuk yang Kucintai dan Kusayangi

Ibunda tercinta Ibu Nasipah dan Alm Ayah Busori, serta kakakku tercinta yang pertama Fanti Yuli Astutik dan yang kedua Fanda Indria Putri Lestari. Semoga Allah seenantiasa memberikan kesehatan jasmani dan rohani, rezeki yang lapang serta dimudahkan segala urusannya. Terima kasih atas segala dukungan dan doanya sehingga aku dapat menyelesaikan karya ini

MOTTO

“Tetap Sholat Walau Jahat”

“اذ اعجبك الكلام فاصمت واذا اعجبك الصمت فتكلم”



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Findi Dia Finalia Sari

NIM : 16510032

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGUKURAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *NET PROMOTER SCORE* PADA PERUSAHAAN *PLATFORM DIGITAL* .(Studi Pada Masyarakat Generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang)

Adalah hasil karya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang,
Hormat saya,



Findi Dia Finalia Sari
NIM: 16510032

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas taufiq, hidayah, serta inayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “PENGUKURAN LOYALITAS KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *NET PROMOTER SCORE* PADA PERUSAHAAN *PLATFORM* DIGITAL (Studi pada Masyarakat Generasi *Millennial* Kota dan Kabupaten Malang)”

Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jalan kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni agama Islam.

Penulis menyadari bahwa didalam penelitian ini berkat bantuan dan tuntunan dari Tuhan Yang Maha Esa dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Drs. Agus Sucipto, M.M., CRA selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. H. Slamet, SE., M.M., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibunda tercinta Ibu Nasipah terimakasih atas do'a dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, kedua kakak saya Fanti Yuli Astutik dan Fanda Indria Putri Lestari yang selalu mengingatkan penulis agar semangat menyelesaikan skripsi ini. Dan kedua adik keponakan saya Gembul dan Ain yang selalu memberi semangat dan menghibur penulis dikala suntuk.

7. Sahabat yang sudah menjadi saudara Faradilla Rizqy Amalia, yang selalu membantu penulis dari awal hingga akhir.
8. Sahabat sejak maba yakni Sofyan Aldi dan Fina Zahrotul Jannah yang selalu mensupport penulis agar tidak malas mengerjakan skripsi ini.
9. Sahabat kopi celup yakni Renita Yuni Lestari yang menemani penulis dari awal mengerjakan skripsi dan teman curhat masalah skripsi.
10. Terimakasih Faizal Widyarta Pratama yang selalu menemani penulis setiap hari ketika mengerjakan dan selalu menghibur ketika suntuk.
11. Teman-teman jurusan manajemen dan sebimbangan yang saling memberikan semangat.
12. Teman-teman yang selalu membantu menyebarkan, dan mensupport penulis yakni Dini Anisa Sasqia, Olga Yolanda, Tika Yulianti, M. Alfian Ubaidillah.
13. Terimakasih luwak white coffee yang selalu menemani penulis disaat begadang mengerjakan skripsi ini.
14. Terimakasih untuk lagu pamungkas yang menemani tiap hari dan menambah semangat kepada penulis.
15. Dan seluruh pihak terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya Robbal Alamiin.

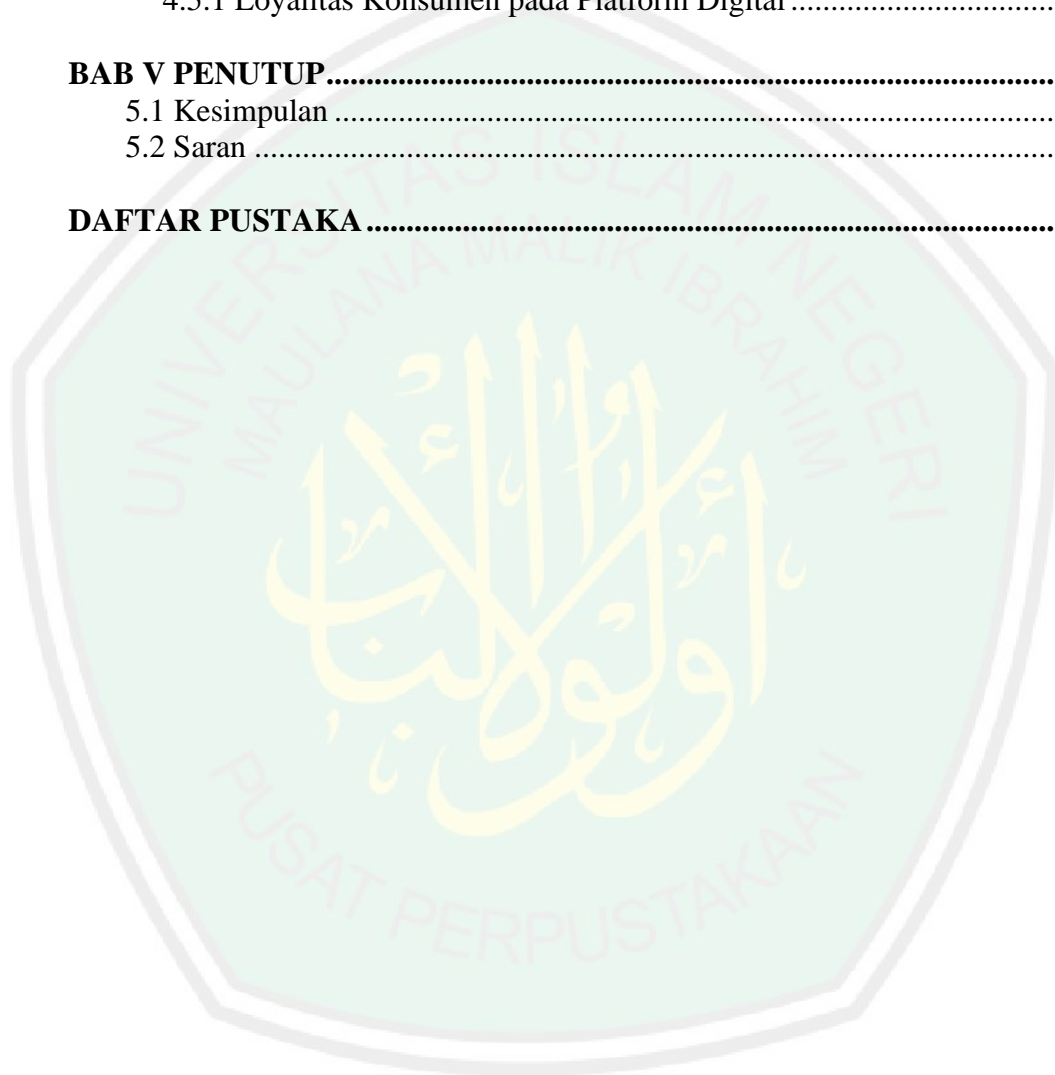
Malang, 2 November 2020

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Konsep Teoritis	12
2.2.1 Perilaku Konsumen di Era Ekonomi Digital	12
2.2.2 Konsep Loyalitas Konsumen	14
2.2.3 Indikator Loyalitas Konsumen	16
2.2.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen	18
2.2.5 Definisi Ekonomi Digital	20
2.2.6 <i>E-bussiness</i>	21
2.2.7 <i>E-Commerce</i>	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	26
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.5 Sumber Data.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Instrumen Penelitian	29
3.8 Analisis Data	29
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.8.2 Analisis Net Promoter Score	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Sejarah Umum E-commerce di Indonesia.....	32
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
4.3 Distribusi Jawaban Platform E-commerce.....	35
4.4. Analisis Data	38
4.4.1 Perhitungan dengan Net Promoter Score.....	38
4.5 Pembahasan	41
4.5.1 Loyalitas Konsumen pada Platform Digital	41
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggunaan Internet Terbesar di Dunia.....	2
Tabel 1.2 Data Pengunjung <i>E-Commerce</i>	3
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Analisis Perbedaan dan Persamaan.....	10
Tabel 3.1 Parameter <i>Net Promoter Score</i>	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	34
Tabel 4.4 Terakhir Melakukan Transaksi	35
Tabel 4.5 Daftar <i>Platform E-Commerce</i> yang Diteliti.....	36
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden <i>Platform Digital</i>	36
Tabel 4.7 Penggolongan Jawaban Responden Mengenai <i>Platform Digital</i>	38
Tabel 4.8 Nilai <i>Net Promoter Score</i>	39
Tabel 4.9 Hasil dari Parameter <i>Net Promoter Score</i>	40
Tabel 4.10 Presentase dari Parameter <i>Net promoter score</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data Hasil Kuisisioner



ABSTRAK

Sari, Findi Dia Finalia. 2020. SKRIPSI. “Pengukuran Loyalitas Konsumen dengan Metode *Net Promoter Score* (Studi Kasus pada Generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang)”

Pembimbing : H. Slamet, SE., M.M., Ph.D.

Kata Kunci : *Net Promoter Score*, Loyalitas Konsumen, Platform Digital.

Perkembangan ekonomi digital menjadikan masyarakat mudah melakukan segala sesuatu, utamanya dalam melakukan kegiatan bisnis. Perubahan perilaku belanja konsumen yang dinamis mengakibatkan konsumen mudah beralih ke produk atau merek tertentu, dengan demikian loyalitas konsumen semakin menurun. Dalam perusahaan loyalitas konsumen merupakan peran penting yang harus dimiliki, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu manfaat dari loyalitas konsumen adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur loyalitas konsumen pada *platform* digital dengan metode *Net Promoter Score*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Instrumen yang digunakan adalah dengan kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan yaitu responden generasi *millennial*. Kaum *millennial* yang dijadikan responden yang pernah menggunakan *platform* digital. Karena populasi yang digunakan Unlimited dan heterogen maka, sampel dalam penelitian ini sebanyak 500 responden. Analisis data menggunakan pendekatan *Net Promoter Score* (NPS) adalah metode pengukuran loyalitas yang dikembangkan oleh Fred Reicheld. Kategori sangat loyal ditunjukkan dengan nilai NPS > 50, loyal dengan nilai NPS = 0-50, dan tidak loyal dengan nilai NPS < 0.

Hasil penelitian ini menunjukkan responden kategori sangat loyal pada shopee dan grab, mendapat kategori sangat loyal karena pelayanan sangat baik, website mudah digunakan, aman dan nyaman saat digunakan. Responden kategori loyal pada platform Tokopedia, Gopay, Traveloka, Klik Indomaret, dan Gojek, mendapat kategori loyal karena banyak penawaran promo, kualitas pelayanan baik, barang sesuai dan aman.. Sedangkan platform yang mana responden tidak loyal meliputi Lazada, Bukalapak, Blibli.com, Transmart Carrefour, Zalora, dan tiket.com, mendapat kategori tidak loyal karena aplikasi susah digunakan, ongkos kirim tidak sesuai, dan pelayanan yang diberikan kurang baik.

ABSTRACT

Sari, Findi Dia Finalia. 2020. THESIS. "Measurement of Consumer Loyalty with the Net Promoter Score Method (Case Study on Millennial Generation in Malang City and Regency) Advisor: H. Slamet, SE., M.M., Ph.D.

Keywords: *Net Promoter Score, Consumer Loyalty, Digital Platform.*

The development of the digital economy makes it easy for people to do everything, especially in doing business activities. Changes in dynamic consumer shopping behavior cause consumers to easily switch to certain products or brands, thereby decreasing consumer loyalty. In a company, consumer loyalty is an important role that must be had, maintaining them means increasing financial performance and maintaining the survival of the company. In addition, the benefit of consumer loyalty is the reduced influence of attacks from competitors from similar companies, not only competition in terms of products but also competition in terms of perception. The purpose of this study is to measure consumer loyalty on digital platforms using the Net Promoter Score method.

This research uses a quantitative approach with a survey method. The instrument used was a questionnaire. The sampling technique used purposive sampling with consideration of the millennial generation respondents. Millennials are respondents who have used digital platforms. Because the population used is Unlimited and heterogeneous, the sample in this study was 500 respondents. Data analysis using the Net Promoter Score (NPS) approach is a loyalty measurement method developed by Fred Reicheld. The very loyal category is indicated by an NPS value > 50, loyal with an NPS value = 0-50, and disloyal with an NPS value < 0.

The results of this study indicate that respondents are very loyal to shopee and grab, get very loyal categories because the service is very good, the website is easy to use, safe and comfortable to use. Respondents in the loyal category on the Tokopedia, Gopay, Traveloka, Klik Indomaret, and Gojek platforms received the loyal category because of the many promo offers, good service quality, appropriate and safe goods. Meanwhile, platforms where respondents are not loyal include Lazada, Bukalapak, Bilibli.com, Transmart Carrefour, Zalora, and tiket.com, were categorized as disloyal because the application was difficult to use, the shipping cost did not match, and the service provided was not good.

مجرده

ساري، فيندي ديا فينليا. ٢٠٢٠. بحث. " تدبير ولاء المستهلك مع طريقة صافي نقاط الترويج (دراسة حالة على جيل الألفية المدينة ومنطقة مالانغ)"
 مستشار: الحاج سيلمات، ساي، م.م، فحدي.
 الكلمات الرئيسية: صافي نقاط الترويج، ولاء المستهلك، منصة رقمية.

إن تطور الاقتصاد الرقمي يجعل من السهل على الناس القيام بكل شيء ، لا سيما في ممارسة الأنشطة التجارية. تؤدي التغييرات في سلوك التسوق الديناميكي للمستهلك إلى انتقال المستهلكين بسهولة إلى منتجات أو علامات تجارية معينة ، وبالتالي تقليل ولاء المستهلك. في الشركة ، يعتبر ولاء المستهلك دورًا مهمًا يجب القيام به ، فالحفاظ عليه يعني زيادة الأداء المالي والحفاظ على بقاء الشركة. بالإضافة إلى ذلك ، تتمثل ميزة ولاء المستهلك في انخفاض تأثير الهجمات من المنافسين من الشركات المماثلة ، ليس فقط المنافسة من حيث المنتجات ولكن أيضًا المنافسة من حيث الإدراك. الغرض من هذه الدراسة هو قياس ولاء المستهلك على المنصات الرقمية باستخدام طريقة صافي نقاط الترويج.

يستخدم هذا البحث المنهج الكمي مع طريقة المسح. كانت الأداة المستخدمة عبارة عن استبيان. استخدمت تقنية أخذ العينات أخذ العينات هادفة مع الأخذ في الاعتبار جيل الألفية المستجيبين. جيل الألفية هم المشاركون الذين استخدموا المنصات الرقمية. نظرًا لأن عدد السكان المستخدم غير محدود وغير متجانس ، كانت العينة في هذه الدراسة 500 مستجيب. تحليل البيانات باستخدام نهج صافي نقاط الترويج (NPS) هو طريقة قياس الولاء التي طورها فريد ريتشيلد. تتم الإشارة إلى فئة الولاء جدًا بقيمة $NPS < 50$ ، الموالية بقيمة $NPS = 0-50$ ، وخائن بقيمة $NPS > 0$.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن المستجيبين مخلصون جدًا للمنتوق والاستيلاء ، ويحصلون على فئات مخلصه جدًا لأن الخدمة جيدة جدًا ، والموقع سهل الاستخدام وآمن ومريح في الاستخدام تلقى المستجيبون في الفئة الموالية على منصات Tokopedia و Gopay و Traveloka و Klik Indomaret و Gojek فئة الموالين نظرًا لوجود العديد من العروض الترويجية وجودة الخدمة الجيدة والسلع المناسبة والأمنة. و Transmart Carrefour و Zalora و tiket.com ، تم تصنيفهم على أنهم غير موالين لأن التطبيق كان صعب الاستخدام ، وتكلفة الشحن غير متطابقة ، والخدمة المقدمة لم تكن جيدة.

BAB I

PENDAHULUAN

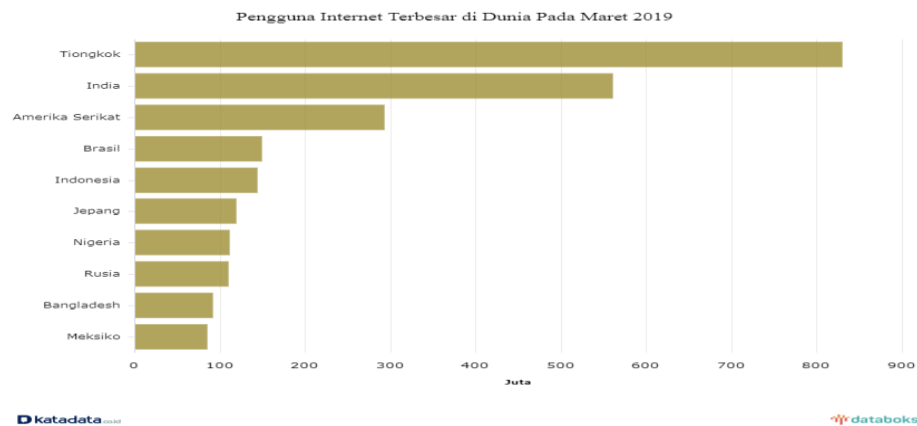
1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi yang berkembang semakin pesat, internet bukan lagi hal yang tabu bagi masyarakat di dunia ini. Hampir semua lapisan usia mulai dari remaja, dewasa hingga tua sudah terbiasa menggunakan akses internet untuk kebutuhan ataupun aktivitas sehari-hari. Internet menghubungkan berjuta hingga milyaran pengguna tidak hanya di suatu tempat melainkan di seluruh dunia. Internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui satu media melainkan dapat juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi yang dapat memunculkan *marketplace* baru dan sebuah jaringan bisnis yang luas dan tidak terbatas oleh tempat dan waktu.

Kemudahan dalam mengakses internet pada era digital menyebabkan masyarakat dengan sangat mudah melakukan kegiatan apapun. Seperti halnya belanja, berwisata, melakukan pembayaran, melakukan perjalanan sekarang dapat dilakukan dengan mudah dengan adanya internet. Internet merupakan salah satu penunjang kegiatan dalam ekonomi digital. Dunia ekonomi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai sendi kehidupan manusia. Data Statista menunjukkan, Indonesia masuk dalam 10 negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Indonesia berada di peringkat kelima dengan pengguna internet sebanyak 143,26 juta per Maret 2019.

Tabel 1.1

Penggunaan Internet Terbesar di Dunia



Sumber: Jayani (2019)

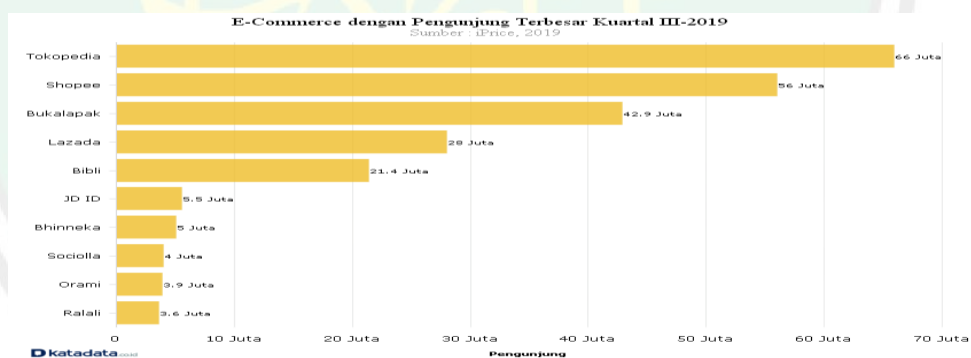
Bukti adanya perkembangan ekonomi digital adalah banyaknya masyarakat yang memanfaatkan tersebut untuk kegiatan bisnis, dan munculah beberapa *marketplace* dan *e-commerce* yang mempermudah masyarakat melakukan berbagai kegiatan. Beberapa *marketplace* atau *e-commerce* tersebut ialah : lazada, bhineka.com, tokopedia, shopee, bukalapak, traveloka, berrybenka, ralalai.com, bizzy.com. Amazon.com, Red Bus, Red Doors dll.

Data diatas merupakan beberapa dari *marketplace* dan *e-commerce* yang digunakan masyarakat Indonesia. Selain itu, Indonesia juga merupakan Negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Melalui lembaga riset asal inggris, Merchant Machine merilis daftar pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Indonesia menduduki peringkat pertama dengan pertumbuhan 78% pada 2018 karena penggunaan internet Indonesia yang sangat besar mendorong pertumbuhan *e-commerce* (Widowati, 2019).

Perkembangan ekonomi digital tersebut menjadikan perubahan cara belanja konsumen saat ini, konsumen lebih di manjakan karena adanya ekonomi digital. Terjadi perubahan dalam daya beli pada konsumen, yang mulanya *instore* sekarang menjadi *online* (*e-commerce*). Bagi konsumen yang memiliki kesibukan tinggi, kehadiran *e-commerce* ini dapat membantu karena proses pembeliannya yang cepat dan dapat dilakukan dimana saja. iPrice Group menobatkan Tokopedia sebagai *e-commerce* dengan jumlah pengunjung web bulanan terbesar pada kuartal III 2019. Total pengunjung web bulanan Tokopedia sebanyak 66 juta pengunjung. Peringkat selanjutnya diisi oleh Shopee sebanyak 56 juta pengunjung dan Bukalapak sebanyak 43 juta pengunjung web bulanan.

Tabel 1.2

Data pengunjung *e-commerce*



Sumber: (Jayani, 2019)

Sebelum adanya digital perilaku konsumen banyak dipengaruhi factor lingkungan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Dharmesta (1993) dalam studinya yang bertujuan menganalisis perilaku berbelanja konsumen era 90'an dan strategi pemasaran, menyimpulkan bahwa perilaku konsumen tahun 90'an banyak diwarnai berbagai masalah konsumerisme, serta berbagai perubahan kondisi perekonomian, factor-faktor yang membentuk perilaku

konsumen, dan gaya hidup di masa mendatang.

Kemudian kemunculan era digital merubah perilaku konsumen, dengan adanya teknologi digital merubah cara belanja yang dilakukan konsumen saat ini. Pada penelitian (Subawa & Widhiasthini, 2018) dalam studinya yang bertujuan menganalisis transformasi konsumen era revolusi industry 4.0, menyimpulkan bahwa budaya *follower*, gaya hidup, prestise, dan factor pencitraan merupakan factor yang menyebabkan terjadinya transformasi perilaku konsumen 4.0. PT *Neurosensum Technology International* (Neurosensum), sebuah perusahaan riset/survei pasar berbasis teknologi Neuroscience dan *Artificial Intelligence* (AI) menemukan bahwa pola perilaku konsumen dalam membelanjakan uangnya telah mengalami perubahan besar. Dari hasil riset ini ditemukan beberapa poin penting perubahan dalam perilaku konsumsi bahwa konsumen pertama tidak hanya puas dengan produk, tetapi mencari pengalaman melebihi produk dan jasa. Kedua, meningkatnya kebutuhan konsumen akan rekreasi, ketiga kenaikan konsumsi poduk elektro dan data seluler, keempat bangkitnya kesadaran konsumen akan kesehatan dan kebugaran, kelima konsumen bersedia membeli merek baru ketika ada penawaran unik atau pengalaman yang belum bisa diberikan oleh merek-merek terkemuka, keenam munculnya pola konsumsi yang berbeda pada Gen Z. (Hutauruk, 2018). Perkembangan ekonomi digital tersebut menjadikan perubahan cara belanja konsumen saat ini, konsumen lebih di manjakan karena adanya ekonomi digital. Terjadi perubahan dalam daya beli pada konsumen, yang mulanya *instore* sekarang menjadi *online* (*e-commerce*). Bagi konsumen yang memiliki kesibukan

tinggi, kehadiran *e-commerce* ini dapat membantu karena proses pembeliannya yang cepat dan dapat dilakukan dimana saja.

Perubahan perilaku belanja konsumen yang dinamis mengakibatkan konsumen mudah beralih ke produk atau merek tertentu, dengan demikian loyalitas konsumen semakin menurun. Dalam perusahaan loyalitas konsumen merupakan peran penting yang harus dimiliki, karena mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi. Selain itu, ada keyakinan yang kuat bahwa loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas (Hallowell, 1996 ; Rowley & Dawes, 1999 *dalam* Darsono, 2004).

Menurut Rangkuti (2002:60), Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Kemudian Loyalitas konsumen menurut Oliver dalam Huriyati (2005:128) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau membelikan pembelian produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun ada pengaruh promosi dari luar dengan produk dan jasa sejenis. Menurut Tjiptono (2004:110), loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi

dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya (Lovelock & Wirtz, 2011:338). Pentingnya menjaga loyalitas konsumen berdampak positif ke perusahaan. Pemasar mengharapkan dapat mempertahankan konsumen dalam jangka panjang, bahkan mungkin untuk selamanya. Usaha seperti ini akan mendatangkan kesuksesan dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal memberikan dampak yang lebih rendah untuk melakukan *switching* (berpindah merek). Selain itu Loyalitas pelanggan menjadi sangat penting, bahkan dapat dijadikan dasar untuk pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Dick & Basu, 1994).

Dampak dari pandemi Covid-19 masyarakat Indonesia merasakan kehidupan di era 4.0 atau era digital secara nyata. Pandemi memaksa masyarakat untuk menggunakan teknologi dalam hal apapun. Platform digital lebih banyak digunakan dalam menjalankan aktivitas, Menurut Samuel Abrijani Dirjen Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa masyarakat semakin cerdas menggunakan platform digital ditengah pandemi Covid-19, terbukti dengan adanya peningkatana transaksi jual beli online khususnya kebutuhan yang terkait dengan dampak pandemi (Indra, 2020).

Seorang pelanggan yang loyal menjadi asset yang sangat bernilai bagi organisasi. Suatu perusahaan perlu melakukan penilaian terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan untuk pengukuran loyalitas pelanggan

adalah metode *net promoter score*. Metode ini dikembangkan oleh Fred Reicheld dalam bukunya *The Ultimate Question. Net Promoter Score* (NPS) merupakan model pengukuran loyalitas yang sederhana. Berfungsi untuk mengukur seberapa kuat merek yang mau direkomendasikan pelanggan dibanding merek lain. Nilai NPS dapat juga membandingkan loyalitas konsumen antara satu perusahaan atau merek lain.

NPS merupakan presentase promotor dikurangi presentase detractor yang disajikan dengan cara mudah untuk dimengerti, dan ringkasan singkat yang efektif tentang bagaimana suatu perusahaan berjalan (Reicheld, 2011:40). Untuk mengetahui loyalitas pelanggan, NPS hanya membutuhkan satu pertanyaan tunggal yaitu “seberapa besar kemauan anda merekomendasikan suatu produk X kepada teman/kolega anda?”. Kemudian respon pelanggan akan diukur dengan skor 0-10 yang mana respon pelanggan pada skor 9-10 adalah promotor, 7-8 adalah passive, dan 6-0 adalah detractor. Metode ini merupakan metode yang sederhana namun mudah dipahami dan efektif untuk mengukur loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data yang telah di uraikan diatas penelitian ini berfokus untuk mengukur loyalitas konsumen pada platform digital menggunakan metode *Net Promoter Score* pada generasi milenial kota dan kabupaten Malang. Karena generasi millennial adalah generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Memilih Malang karena merupakan kota pendidikan, maka banyak generasi millennial. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengukuran Loyalitas Konsumen pada Perusahaan**

Platform Digital dengan Metode Net Promoter Score (Studi Pada Generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana loyalitas konsumen pada *platform* digital dengan metode *Net Promoter Score* pada Generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas konsumen dengan metode Net Promoter Score *e-commerce* pada Generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta sebagai bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya gambaran tentang variable-variabel yang digunakan dalam penelitian.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat yang diambil oleh pebisnis yang menggunakan platform digital dapat mengetahui loyalitas konsumen pada generasi

millennial kota dan kabupaten Malang, sehingga pebisnis dapat mengoreksi diri.

2. Dapat menjadi bahan acuan dan referensi bagi penelitian-penelitian sejenis berikutnya terutama yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, dan net promoter score



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian-penelitian terdahulu dipaparkan dalam tabel berikut :

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Tujuan	Hasil Penelitian
1.	Amalia, A., Dkk (2018). <i>Loyalitas Customer dalam Mobile Commerce Zalora.</i>	Menganalisis variabel kunci yang memungkinkan terciptanya hubungan jangka panjang antara customer e-commerce dengan penjual atau perusahaan.	Kepuasan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan e-commerce zalora.
2.	Ahmad Syaifulloh Imron, Dkk (2018). <i>Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia).</i>	Pengujian terkait hubungan antara social media marketing dengan loyalitas konsumen	Hasil dari penelitian ini adalah kampanye yang menguntungkan dan frekuensi memperbaharui konten memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
3.	Kurnia Khafidatur Rafiah (2019). <i>Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui e-commerce di Indonesia</i>	Menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam e-commerce.	Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas.
4.	I Gusti Ngurah K & Luh Komang Candra D (2019). <i>Pengaruh Brand</i>	Menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen ,	Hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh positif dan signifikan

	Image dan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek di Tabanan	pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen, pengaruh citra merek terhadap loyalitas pengaruh kualitas layanan eletrinik terhadap loyalitas, pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, loyalitas penguna aplikasi gojek di Tabanan.	terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas e-service berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas e-service tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5.	Oktaviani, N., Dkk (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan dan e-WOM pada pengguna Aplikasi e-Money "OVO"	Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pembentukan komitmen pelanggan dan e-wom..	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat membentuk pelanggan secara afektif maupun normatif yang kemudian mampu mendorong konsumen ikut menyampaikan dan menyebarkan informasi terkait produk terhadap orang lain, khususnya melalui media social atau elektronik.
6.	Ade permata Surya (2019). <i>Customer Loyalty from Perspective of Marketing Mix Strategy and Customer Satisfaction A study from Grab-Online Transportation In Era Of Industrial Revolution 4,0</i>	Menguji dan menganalisis bauran pemasran 7P terhadap Loyaltas pelanggan dengan peran mediasi kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>price, promotion, place, people</i> , dan <i>process</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan

			signifikan. <i>Product dan physical evidence</i> tidak berpengaruh signifikan.
7.	Safarudin, A., Dkk (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan <i>Financial Technology E-Wallet</i> .	Untuk mengetahui factor-faktor pembentuk loyalitas konsumen dalam menggunakan teknologi <i>e-wallet</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam pengaplikasian <i>e-wallet</i> dinilai baik oleh pengguna, namun belum memberikan kebermanfaatan yang maksimal di mata pengguna.
8.	Asmarasari, D. T., Dkk (2020). Pengaruh Digital Loyalty Program Terhadap Kepuasan dan Loyaltas Pelanggan Studi Kasus Tokopedia.	Untuk mengetahui program loyalitas terhadap loyalitas serta kepuasan pelanggan dalam e-commerce digital di Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital loyalty program mempengaruhi kesetiaan pelanggan serta kepuasan pelanggan Tokopedia.
9.	Simarmata B.T (2019). Mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan Net Promoter Score pada PT BPD Jawa Barat dan Banten TBK. Cabang Medan.	Mengetahui tingkat nilai kepuasan nasabah terhadap pelayanan BJB dengan Net Promoter Score.	Secara keseluruhan menunjukkan tingkat kepuasan nasabah yang cukup baik namun demikian masih dibutuhkan beberapa perbaikan untuk mempertahankan nilai Net Promoter Score.
10.	Puspitaningtias, dkk (2020). Analisis Loyalitas Merek Laptop ASUS Dengan Net Promoter Score (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Angkatan 2016 Universitas Jember)	Menganalisis tingkat loyalitas merek asus pada laptop mahasiswa Program Studi Sistem Informasi angkatan 2016 Universitas Jember.	Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sistem Informasi angkatan 2016 Universitas Jember loyal terhadap merek laptop Asus.

11.	Andi Pratama Sulisty (2020). Mendapatkan Word Of Mouth di Sosial Media dan Loyalitas dengan Digital Customer Experience	Mengetahui pengaruh digital customer experience terhadap kepuasan, loyalitas, dan word of mouth di media sosial pada konsumen dalam generasi millennial	Penelitian ini menunjukkan digital customer experience memiliki pengaruh word of mouth di social media baik secara langsung maupun tidak langsung, digital customer experience memiliki pengaruh terhadap customer loyalty secara tidak langsung, dan digital experience memiliki pengaruh secara langsung terhadap customer.
12.	Bob Foster (2020). Pengaruh Servqual Terhadap Kepuasan yang Berdampak Pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (OVO)	Menganalisis pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan, pengaruh langsung kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas dan pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas, dan pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna aplikasi e-wallet (OVO)	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, kualitas layanan berpengaruh tidak langsung melalui kepuasan terhadap loyalitas dompet digital (OVO)
13.	Lia Nirawati, Dkk (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pelanggan (<i>Customer experience</i>) terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi shopee	Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan pengalaman pelanggan (<i>customer experience</i>) terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi shopee.	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kepercayaan konsumen dan pengalaman pelanggan (<i>customer experience</i>) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial variabel pengalaman pelanggan yang berpengaruh terhadap

			loyalitas pelanggan.
14..	Jason Wirawan (2020). Customer Loyalty pada layanan Ride-Hailing Go-Jek: Pnegarub service Quality, Customer Satisfaction dan Trust di Kalangan Generasi Millenial Surabaya.	Menguji pengaruh <i>customer loyalty</i> dengan melihat perbedaan jenis kelamin millennial dengan menjadikan <i>service quality</i> , <i>customer satisfaction</i> , dan <i>trust</i> sebagai predictor.	Hasil penelitian ini menunjukkan service quality berpengaruh signifikan terhadap trust, customer satisfaction berpengaruh signifikan terhadap trust, trust berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty, service quality berpengaruh tidak signifikan terhadap customer loyalty, customer satisfaction berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty, trust berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty.
15.	Arif Budiman., Dkk (2020). Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Loyalty</i> Nasabah Pengguna Mandiri Online.	Mengetahui pengaruh kualitas layanan online yang diberikan system mandiri online terhadap kepuasan serta loyalitas para penggunanya.	Kualitas layanan online terdapat pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna system mandiri online.

Sumber: Amalia (2018), Ahmad (2018), Kurnia (2019), I Gusti (2019), Oktaviani (2019), Ade (2019), Safarudin (2020), Asmarasari (2020), Simarmata (2019), Puspitasningtias (2020), Andi (2020), Bob (2020), Lia (2020), Jason (2020), dan Arif (2020).

Tabel 2.2
Analisis Perbedaan Dan Persamaan

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Amalia, A., Dkk (2018). Loyalitas dalam <i>Mobile Commerce</i> Zalora.	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen dan platform digital.	Penelitian ini tidak menggunakan NPS
2.	Ahmad Syaifulloh	Penelitian ini	Penelitian ini tidak

	Imron, Dkk (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia).	meneliti loyalitas konsumen dan platform digital.	menggunakan NPS
3.	Kurnia Khafidatur Rafiah (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui e-commerce di Indonesia	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen dan platform digital.	Penelitian ini tidak menggunakan NPS
4.	I Gusti Ngurah K & Luh Komang Candra D (2019). Pengaruh Brand Image dan <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek di Tabanan	Penelitian ini sama-sama meneliti loyalitas konsumen dan platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan NPS
5.	Oktaviani, N., Dkk (2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan dan e-WOM pada pengguna Aplikasi e-Money "OVO"	Penelitian ini sama-sama meneliti loyalitas konsumen dan platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan NPS
6.	Ade permata Surya (2019). Customer Loyalty from Perspective of Marketing Mix Strategy and Customer Satisfaction A study from Grab-Online	Penelitian ini sama-sama meneliti loyalitas konsumen dan platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan NPS

	Transportation In Era Of Industrial Revolution 4,0		
7.	Safarudin, A., Dkk (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan <i>Financial Technology E-Wallet</i> .	Penelitian ini sama-sama meneliti loyalitas konsumen dan platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan NPS
8.	Asmarasari, D. T., Dkk (2020). Pengaruh Digital Loyalty Program Terhadap Kepuasan dan Loyaltas Pelanggan Studi Kasus Tokopedia.	Penelitian ini sama-sama meneliti loyalitas konsumen dan platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan NPS
9.	Simarmata B.T (2019). Mengukur tingkat kepuasan nasabah dengan Net Promoter Score pada PT BPD Jawa Barat dan Banten TBK. Cabang Medan.	Penelitian ini sama-sama menggunakan metode Net Promoter Score	Penelitian ini tidak meneliti platform digital.
10.	Puspitaningtias, dkk (2020). Analisis Loyalitas Merek Laptop ASUS Dengan Net Promoter Score (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Angkatan 2016 Universitas Jember)	Penelitian ini sama-sama meneliti loyalitas konsumen dan menggunakan metode Net Promoter Score	Penelitian ini tidak meneliti platform digital.
11.	Andi Pratama Sulisty (2020). Mendapatkan Word Of Mouth di Sosial Media dan Loyalitas dengan Digital Customer Experience	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen pada platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan metode net promoter score

12.	Bob Foster (2020). Pengaruh Servqual Terhadap Kepuasan yang Berdampak Pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (OVO)	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen pada platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan metode net promoter score
13.	Lia Nirawati, Dkk (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Pengalaman Pelanggan (<i>Customer experience</i>) terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi shopee	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen pada platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan metode net promoter score
14.	Jason Wirawan (2020). Customer Loyalty pada layanan Ride-Hailing Go-Jek: Pnegarub service Quality, Customer Satisfaction dan Trust di Kalangan Generasi Millennial Surabaya.	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen pada platform digital	Penelitian ini tidak menggunakan metode net promoter score
15.	Arif Budiman., Dkk (2020). Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i> dan <i>E-Loyalty</i> Nasabah Pengguna Mandiri Online.	Penelitian ini meneliti loyalitas konsumen.	Penelitian ini tidak menggunakan metode net promoter score

Sumber: Amalia (2018), Ahmad (2018), Kurnia (2019), I Gusti (2019), Oktaviani (2019), Ade (2019), Safarudin (2020), Asmarasari (2020), Simarmata (2019), Puspitasningtias (2020), Andi (2020), Bob (2020), Lia (2020), Jason (2020), dan Arif (2020).

2.2 Konsep Teoritis

2.2.1 Perilaku Konsumen di Era Ekonomi Digital

Perkembangan teknologi juga berdampak pada segala aspek kehidupan masyarakat. Perkembang tersebut memberikan kemudahan dalam

berkomunikasi dan telah mengubah perilaku individu. Perkembangan lingkungan makro seperti teknologi, sosial, dan ekonomi berpengaruh terhadap generasi yang lahir pada masa tersebut. Menurut Generational Theory perubahan lingkungan makro berpengaruh secara khusus terhadap pola-pola perilaku konsumsi dan budaya masyarakat. (Suryani, 2013:250).

Perkembangan internet telah melahirkan generasi yang memiliki perilaku yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Tersedianya berbagai media informasi dalam kehidupan generasi Y memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku pencarian informasi dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam beberapa studi mengenai generasi yang lahir pada tahun 1980 dan 1990-an disimpulkan dalam Suryani (2013:251):

1. Cenderung berorientasi pada hasil, pada generasi ini ingin berhasil dengan sedikit usaha dan pengorbanan.
2. Cenderung mempertanyakan otoritas, lebih mudah dipengaruhi oleh rekan sebaya daripada mereka yang mempunyai posisi formal di masyarakat.
3. Berfikir untuk sekarang, saat ini, dan suka bersenang-senang.
4. Menyukai kebebasan dan suka mengekspresikan diri.
5. Cenderung banyak menuntut.
6. Percaya diri dan optimis.
7. Lebih suka berkomunikasi dengan teks dan jejaring sosial.

Terdapat perbedaan perilaku pembelian antara pembelian melalui internet dengan pembelian langsung. Pembelian melalui internet dipengaruhi oleh layanan langsung yang dirasakan ketika mencari informasi dan transaksi maupun komunikasi yang berlangsung. Pembelian melalui internet

dipengaruhi oleh kualitas pelayanan melalui internet (*e-service*) yang dirasakan oleh konsumen. Lee dan lin (2005) dalam Suryani (2013:254) mengusulkan model dimensi kualitas *e-service*, yakni : desain website, reliabilitas, ketanggapan, kepercayaan, dan personalia.

1. Desain Website

Website yang bermutu adalah yang dalam desainnya memudahkan interaksi dengan konsumen. Desain dengan tampilan yang menarik juga merupakan daya tarik penting yang akan mempengaruhi pembelian melalui internet.

2. Reliabilitas

Reliabilitas dinilai dari kemampuan website dalam memberikan informasi dan ketepatan dalam pengisian, respon yang tepat dan cepat, menjaga informasi personal secara aman.

3. Ketanggapan

Konsumen mengharapkan pihak toko/perusahaan yang melakukan pembelian melalui online cepat tanggap jika ada masalah-masalah yang disampaikan oleh konsumen. konsumen biasanya menilai ketanggapan ini kecepatan navigasi, menelusuri informasi, kesempatan untuk bertanya dan dalam menerima jawaban.

4. Kepercayaan

Kepercayaan di tunjukkan dari keyakinan konsumen untuk menerima kerentanan dari belanja online dalam memenuhi harapannya. Jika konsumen percaya, mereka yakin bahwa perilakunya dalam berbelanja

tidak menimbulkan masalah, dan bersikap positif serta mau berbelanja online pada masa yang akan datang.

5. Personalisasi

Personalisasi mencakup layanan yang memungkinkan konsumen memperoleh perhatian dan berdialog dengan perusahaan. Contoh pemberian ucapan terimakasih kepada konsumen dan ketersediaan ruang yang memungkinkan konsumen memberikan komentar dan umpan balik serta menerima umpan balik dari perusahaan yang menawarkan produknya melalui internet.

2.2.2 Konsep Loyalitas Konsumen

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya. Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Loyalitas menurut Griffin (2002) (dalam Hurriyati 2010:128) menyatakan bahwa "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku, yang ditujukan

dengan pembelian secara berulang-ulang, terhadap barang atau jasa dari perusahaan yang dipilih.

Oliver dalam Huriyati (2005) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau membelikan pembelian produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun ada pengaruh promosi dari luar dengan produk dan jasa sejenis.

Loyalitas dapat didefinisikan sebagai suatu kecenderungan terhadap suatu objek. Mengacu pada afektif (suka/tidak suka) kecenderungan emosi didapatkan oleh konsumen melalui pengalaman terdahulu terhadap suatu merek atau dari informasi yang didapat dari orang lain. Loyalitas konsumen dapat didefinisikan sebagai “sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu”.

Loyalitas konsumen memiliki peran penting terhadap perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Rangkuti (2002:60), “Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap perusahaan, merek maupun produk. Menurut Tjiptono (2004:110), loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Sedangkan menurut Sheth & Mittal dalam Tjiptono (2005:387), loyalitas Pelanggan adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko,

atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

2.2.3 Indikator Loyalitas Konsumen

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian yang konsisten (Griffin, 2005:31). Berikut ini ada lima karakteristik loyalitas konsumen yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*)

Konsumen melakukan pembelian secara continue pada suatu produk tertentu. Contoh: pencipta motor Harley Davidson akan membeli motor Harley baru jika ada model Harley Davidson yang terbaru, bahkan tidak hanya membeli tetapi mereka juga mengeluarkan uang tambahan untuk mengubahnya sesuai dengan keinginan mereka.

2. Membeli antar lini produk dan jasa (*purchases across product and service lines*).

Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen juga membeli lini produk dan jasa dari perusahaan yang sama. Contoh: konsumen tidak hanya membeli motor Harley davidson saja, tetapi mereka juga membeli aksesoris dari Harley Davidson untuk mempercantik diri mereka.

3. Mereferensikan kepada orang lain (*refers other*).

Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) berkenan dengan produk tersebut. Contoh: seorang konsumen Harley Davidson yang sudah lama memakai motor tersebut, menceritakan tentang kehebatan dan keunggulan dari motor tersebut, kemudian setelah itu temannya tertarik membeli motor Harley Davidson karena mendengar cerita tersebut.

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Konsumen menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing. Contoh: para pecinta motor Harley Davidson menolak untuk menggunakan motor lain, bahkan mereka juga cenderung menolak untuk mengetahui jenis-jenis motor lainnya. Pelanggan yang loyal merupakan aset bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat berdasarkan karakteristik yang dimilikinya. Oleh karena itu, loyalitas konsumen merupakan suatu yang bisa diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang bagi suatu perusahaan.

Menurut Kotler (dalam Situmorang 2012:214), loyalitas konsumen berdasarkan pola pembeliannya dapat dibagi menjadi empat golongan:

1. Golongan fanatik : adalah konsumen yang selalu membeli satu merek sepanjang waktu, sehingga pola pembeliannya adala X,X,X,X,X, yaitu setia pada merek X tanpa syarat.
2. Golongan agak setia: adalah konsumen yang setia pada dua atau tiga merek. Dimana kesetiaan yang terpecah antara dua pola (X dan Y) dapat dituliskan dalam pola membeli X,X,Y,Y,X,Y

3. Golongan berpindah kesetiaan: golongan konsumen yang bergeser dari satu merek ke merek lain, bila konsumen pada awalnya setia pada merek X tetapi kemudian saat berikutnya berpindah ke merek Y. Pola pembeliannya dapat dituliskan X,X,X Y,Y
4. Golongan selalu berpindah-pindah: konsumen yang sama sekali tidak mempunyai kesetiaan terhadap merek tertentu. Maka pola pembeliannya dapat dituliskan X,Y,Z,S

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen

Menurut Aaker (dalam Riyadi 1999: 58) faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan

Konsumen akan loyal terhadap suatu produk bila ia mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Karena itu, bila konsumen mencoba beberapa macam produk melampaui kriteria kepuasan produk atau tidak. Bila setelah mencoba dan responnya baik, maka berarti konsumen tersebut puas sehingga akan memutuskan membeli produk tersebut secara konsisten sepanjang waktu. Ini berarti telah tercipta kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut.

2. Perilaku kebiasaan

Kesetiaan konsumen dapat dibentuk karena kebiasaan konsumen. Apabila yang dilakukan sudah merupakan kebiasaan, maka pembeli tersebut tidak melalui tidak lagi melalui pengambilan keputusan yang panjang. Pada kondisi ini, dapat dikatakan bahwa konsumen akan tetap membeli produk

tersebut, yaitu konsumen akan tetap membeli produk yang sama untuk suatu jenis produk dan cenderung tidak berganti-ganti produk.

3. Komitmen

Dalam suatu produk yang kuat terdapat konsumen yang memiliki komitmen dalam jumlah yang banyak. Kesetiaan konsumen akan timbul bila ada kepercayaan dari konsumen terhadap produk-produk sehingga ada komunikasi dan interaksi diantara konsumennya, yaitu dengan membicarakan produk tersebut.

4. Kesukaan produk

Kesetiaan yang terbentuk dan dipengaruhi oleh tingkat kesetiaan konsumen secara umum. Tingkat kesetiaan tersebut dapat diukur mulai timbulnya kesukaan terhadap produk sampai ada kepercayaan dari produk tersebut berkenaan dari kinerja dari produk-produk tersebut. Konsumen yang dikatakan loyal adalah konsumen yang berulang kali membeli produk tersebut bukan karena adanya penawaran khusus, tetapi karena konsumen percaya terhadap produk tersebut memiliki kualitas yang sama sehingga member tingkatan yang sama pada produknya.

5. Biaya pengalihan

Adanya perbedaan pengorbanan atau resiko kegagalan, biaya, energi, dan fisik yang dikeluarkan konsumen karena dia memilih salah satu alternatif. Bila biaya pengalihan besar, maka konsumen akan berhati-hati untuk berpindah ke produk yang lain karena resiko kegagalan yang juga besar sehingga konsumen cenderung loyal.

Konsumen yang loyal pada suatu produk akan memberikan prioritas pertama dalam berbelanja pada produk tersebut. Hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutus ikatan kuat antara konsumen dengan produk. Dalam islam loyalitas konsumen dapat dikaitkan bagaimana seorang muslim loyal terhadap Allah dan Rasulullah ditunjukkan dengan mengikuti perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Al-Hujurat ayat 15:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۗ
أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.

Ayat diatas dapat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan,yang mana jika pelanggan sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan atau merek maka ia akan menjadi loyal dan tidak peduli dengan harga produk tersebut atau produk yang ditawarkan oleh pesaing. Sebagai seorang muslim harus loyal juga terhadap Allah dan rasulnya, ia harus mencintai dan mengikuti apa yang perintahkan dan menjauhi seluruh yang dilarang oleh Allah swt. Seperti dalam firman Allah Swt QS. Al-Imran Ayat 31-32 :

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ()

قُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْكَافِرِينَ ۚ

Artinya :“ Katakanlah, "Jika kalian (benar-benar) mencintai Allah, ikutilah aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosa kalian," Allah

Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Katakanlah, "Taatilah Allah dan Rasul-Nya; jika kalian berpaling, maka sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang kafir."

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwasanya jika seorang muslim loyal atau meincinta Allah maka akan senantiasa mengasihi dan mengamouni dosa-dosanya. Dalam kehidupan berhubungan baik dan loyal tidak hanya dengan manusia saja melainkan dengan Allah juga harus loyal seperti menjauhi larangannya dan mematuhi segala perintahnya.

2.2.5 Definisi Ekonomi Digital

Ekonomi digital pertama kali di perkenalkan oleh Tapscott (Tapscott, 1997 *dalam* Setiawan 2018, Hal: 61-76). Menurutnya, ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Sementara itu, konsep ekonomi digital menurut Zimmerman (Zimmerman, 2000 *dalam* Setiawan 2018, Hal: 61-76), mengeluarkan dan mengembangkan produk menjadi yang terbaik dari yang terbaik.

Sebuah ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan olehperangkat elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik. Artinya, bisnis ini mempunyai kaitan dengan produksi elektronik dan proses manajemen yang berhubungan dengan mitra yang dilakukan melalui transaksi Internet ataupun teknologi website.

Menurut Musfak (Musfak 2012 *dalam* Wibowo 2018:No.2) bahwa ekonomi digital adalah ekonomi yang didasarkan pada barang elektronik dan jasa yang dihasilkan oleh bisnis elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik. Ekonomi menurut PC Magazine (PC Magazine dalam Edi 2018:No.2) “*The Impact of information technology on the economy*” pengertiannya lebih menonjolkan penerapan teknologi informasi pada bidang ekonomi.

Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai “*the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange*” (Hartman, 2000 dalam Richardus, 2013:2).

2.2.6 E-Business

Menurut Steven Alter (2002) *dalam* Sutabri (2012 : 99) adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi.

Sedangkan menurut Huff (2000) *dalam* Sutabri (2012 : 99) e-business meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan kegiatan bisnis antar organisasi maupun dari organisasi ke konsumen. selanjutnya *e-business* menurut Dhillon & Kaur (2012) *e-business* adalah sebuah teknologi untuk mengembangkan proses bisnis baik internal yang berupa sumber daya manusia, administrasi dan

keuangan, dan proses eksternal yang berupa penjualan dan pemasaran, penyediaan barang dan jasa serta hubungan konsumen.

Dhillon & Kaur (2012) juga menjelaskan bahwa e-business merupakan metode yang menghubungkan beberapa perusahaan untuk membuat sistem internal dan eksternal perusahaan lebih fleksibel dan efisien, dekat dengan partner dan pemasok dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa e-business adalah semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi untuk proses bisnis baik internal maupun eksternal.

2.2.7 E-Commerce

E-commerce merupakan proses membeli, menjual, dan atau memperdagangkan data, barang, dan atau jasa melalui internet (Turban *et al.*, 2015:7). Menurut Fuady (2005:407) *e-commerce* diartikan sebagai proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran barang, servis, dan informasi. Menurut Utama (2016:18) *e-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. *E-commerce* seperti halnya transaksi jual beli barang atau jasa pada umumnya tetapi dalam *e-commerce* membutuhkan internet sebagai media utamanya. Berdasarkan pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa e-commerce adalah suatu proses berbisnis atau transaksi jual beli yang membutuhkan media internet.

Menurut Laudon & Traver (2017: 22-27) mengklasifikasikan *e-commerce* menjadi 6 jenis model yaitu *Business to Business (B2B)*, *Business to Consumer (B2C)*, *Consumer to Consumer (C2C)*, *Mobile e-commerce (m-commerce)*, *Social e-commerce*, dan *Local e-commerce*.

1. *Business to Consumer (B2C)* adalah *e-commerce*, merupakan bisnis *online* jenis ini menjangkau konsumen individual. Mencakup pembelian barang ritel, travel, konten online dan jenis layanan lainnya. Jenis *e-commerce* ini tumbuh secara eksponensial sejak 1995, dan jenis yang sering ditemui.
2. *Business to Business (B2B)* merupakan jenis *e-commerce* terbesar yang berfokus pada penjualan ke bisnis lain. Proses transaksi melibatkan perusahaan atau organisasi yang bertindak sebagai pembeli atau penjual. Terdapat dua model bisnis utama yang digunakan dalam B2B: (1) *net marketplace*, meliputi *e-distributor*, perusahaan *e-procurement*, bursa, dan konsorsium industry, dan (2) jaringan industry swasta.
3. *Consumer to Consumer (C2C)*, merupakan jenis yang menyediakan media bagi konsumen untuk menjual satu sama lain, dengan bantuan pasar *online (platform)*. Pihak individu menjual barang atau jasanya kepada individu, organisasi atau perusahaan yang berperan sebagai konsumen.
4. *Mobile e-commerce (m-commerce)*, mengacu pada pengguna perangkat *mobile* untuk memungkinkan bertransaksi *online* dengan menggunakan jaringan seluler atau nirkabel untuk menghubungkan *smartphone* ke internet.
5. *Social e-commerce*, menggunakan jejaring sosial dan social media. Pertumbuhan jenis ini didorong oleh sejumlah faktor, termasuk

meningkatnya popularitas sign-on social, notifikasi jaringan, kolaborasi alat belanja *online*, pencarian social toko virtual di facebook, instagram, pinterest, youtube dan situs jejaring social lainnya.

6. *Local e-commerce*, bentuk *e-commerce* yang berfokus untuk melibatkan berdasarkan lokasi geografis saat ini. *Local e-commerce* perpaduan dari *m-commerce*, *social e-commerce*, dan *local e-commerce* yang di dorong oleh banyaknya minat terhadap layanan *on-demand* lokal.

2.2.8 E-commerce Dalam Perspektif Islam

Dalam transaksi penyedia internet, penyediaan aplikasi permohonan barang oleh pihak penjual di website merupakan ijab dan pengisian dan pengiriman aplikasi yang telah diisi oleh pembeli merupakan qabul. Barang hanya dapat dilihat gambarnya serta dijelaskan secara gamblang dan lengkap, dengan penjelasan yang dapat mempengaruhi harga jual barang. Setelah dilakukan ijab qabul, pihak penjual meminta pembeli melakukan transfer uang ke rekening bank milik penjual, setelah uang di terima maka penjual baru mengirim barangnya melalui jasa pengiriman (Salim, 2017).

Dalam Islam terdapat beberapa akad mengenai transaksi jual beli seperti: Bai' assalam, Bai' al-istisna, dan Bai' muajjal. Berikut adalah penjelasannya:

1. Bai' assalam adalah merupakan suatu perjanjian jual beli dengan pembayaran lunas di muka sedangkan barang dikirim kemudian. Haris (2004) menjelaskan bahwa assalam merupakan jual beli

- dengan pembayaran disegerakan dan barang ditangguhkan, lebih lanjut dijelaskan bahwa assalam mengandung makna penyerahan.
2. Bai' al-istisna adalah perjanjian dimana pembeli memberi order atau pesanan kepada penjual dan akan membayar upah atau harga jika pesanan sudah dibuat.
 3. Bai' muajjal perjanjian dimana pembeli dan penjual keduanya sepakat untuk menangguhkan pembayaran.

Dari uraian diatas e-commerce cenderung memiliki kesamaan dengan bai' assalam jika ditinjau dari pembayaran yang disegerakan kemudian penyerahan barang ditangguhkan. Pada system jual beli *e-commerce* pembeli harus membayar nominal yang telah disepakati antara penjual dan pembeli, jika pembayaran sudah lunas maka penjual akan mengirimkan barang yang diinginkan oleh pembeli. Dalam islam Allah memudahkan hambanya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja ada beberapa ketentuan yang diharamkan dalam islam jika melakukan transaksi yang mengandung unsur riba', gharar, penipuan, paksaan, maisir, dan haram. Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat imam taqiyyudin :

1. Jual beli benda yang kelihatan, melakukan akad jual beli yang diperjual belikan ada di depan penjual dan pembeli.
2. Jual beli yang disebutkan sifatnya dalam janji, yang dilakukan secara tidak tunai atau perjanjian sesuatu yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu.

Dalam firman Allah QS. Al-Imran ayat 130 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*

Islam juga menyarankan dalam melakukan transaksi jual beli agar penjual untuk senantiasa amanah, pada firman Allah Swt dalam QS. An-Nisa ayat 58:

نَّ اللَّهُ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*

Langkah-langkah yang ditempuh agar jual beli secara online diperbolehkan, halal, dan sah menurut islam (Salim, 2017):

1. Produk halal, sebagaimana ditegaskan dalam hadis “Sesungguhnya bila Allah telah mengharamkan atas suatu kaum untuk memakan sesuatu, pasti ia mengharamkannya hasil penjualannya”(HR. Ahmad)
2. Kejelasan status, apakah sebagai pemilik atau perwakilan dari pemilik barang sehingga berwenang menjual barang.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas barang, mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas barang yang dibeli. Sebaiknya meminta foto real dari keadaan barang yang akan dijual.
4. Kejujuran dari kedua belah pihak .



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian memberi pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjawab masalah dan menghadapi tantangan lingkungan ketika pengambilan keputusan harus dilakukan secara cepat (Abdillah & Jogiyanto, 2015:4). Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012:29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dikarenakan tujuan penelitian ini peneliti ingin mengetahui loyalitas konsumen dengan metode *Net Promoter Score e-commerce* pada generasi Millennial di kota dan kabupaten Malang. Dan alasan menggunakan kuantitatif karena penelitian ini unit analisis datanya menggunakan angka, dan menggunakan instrumen kuisioner untuk mendapatkan data.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah di wilayah kota dan kabupaten Malang karena kemudahan menjangkau sampel. Dikarenakan Malang merupakan kota pendidikan maka banyak generasi millennial, yang diketahui bahwa generasi millennial adalah masyarakat yang berumur 20-40 tahun.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:239) diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi millennial Kota dan Kabupaten Malang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi itu (Sugiyono, 2013:389). Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat generasi millennial Kota dan Kabupaten Malang yang pernah menggunakan platform digital. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini *unlimited* dan heterogen maka peneliti menyebarkan kuisioner kepada 500 generasi millennial Kota dan Kabupaten Malang yang pernah menggunakan platform digital. Generasi millennial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981-2000 Ali dan Purwandi (2017) *dalam* Statistik Gender Tematik.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) teknik pengambilan sampel adalah teknik untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Ada dua jenis pengambilan sampel yaitu *Probability sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis pengambilan sampel yaitu *Non Probability sampling*. *Non Probability Sampling* terbagi beberapa jenis yaitu *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksedential*, *purposive sampling*, *sampling jenuh* dan *Snowball sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*

Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Sampel dalam penelitian ini hanya pada generasi Millennial Kota dan Kabupaten Malang.
2. Sampel dalam penelitian ini hanya pada masyarakat generasi millennial yang pernah menggunakan platform digital.

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer umumnya menunjukkan keaslian informasi yang tergantung di dalam data tersebut namun tidak menutup kemungkinan data berkurang keasliannya ketika data telah diolah dan disajikan oleh pihak data primer (Abdillah & Jogiyanto, 2015: 49). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada generasi millennial kota dan kabupaten Malang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode-metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang tepat perlu diperhatikan untuk mendapatkan informasi yang valid. Ada 4 macam teknik pengumpulan data yaitu wawancara, survei, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei.

Survei merupakan suatu aktivitas atau kegiatan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan suatu kepastian informasi (seperti: jumlah orang, persepsi atau pesan-pesan tertentu), dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Survei yang dilakukan peneliti adalah dengan cara menyebarkan kuisioner kepada generasi millennial Kota dan Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan penyebaran kuisioner secara online (*google form*) dikarenakan adanya pandemi Covid-19 sehingga peneliti sulit menyebarkan kuisioner secara langsung.

3.7 Instrumen penelitian

Kuisisioner (angket) adalah metode pengumpulan data primer menggunakan sejumlah item pertanyaan atau pernyataan dengan format tertentu. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang paling umum dilakukan dalam studi lapangan atau survei (Abdillah & Jogiyanto, 2015:52). Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner, dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Karena menggunakan pengukuran net promoter score maka pertanyaan yang diberikan kepada responden hanya satu yaitu “Seberapa besar kemauan anda merekomendasikan produk X kepada kolega atau teman anda?”. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala pengukuran *net promoter score* yaitu dengan skor 0-10, dengan penjelasan bahwa skor 9-10 termasuk *promoter*, 7-8 termasuk *passive*, dan 6-0 adalah *detractor*. *Net promoter score* adalah jumlah netto pelanggan yang mau merekomendasikan produk (*promoter*) dikurangi pelanggan yang tidak mau merekomendasikan produk (*detractor*), sedangkan ditengah-tengah ialah pelanggan yang (*passive*) yang “setengah-setengah” mau merekomendasikan dan mau beli atau pelanggan yang puas tapi tidak merekomendasikan produk.

3.8 Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016), analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau data lain terkumpul, lalu kegiatan selanjutnya adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab

rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan.

3.8.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menafsirkan data-data dan keterangan dengan jalan mengumpulkan, menyusun dan mengklasifikasikan data-data dan selanjutnya dianalisis sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi dan untuk menjelaskan hasil perhitungan.

3.8.2 Analisis Net Promoter Score

Net promoter score (NPS) adalah sebuah alat manajemen yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas konsumen perusahaan atau sebagai pengukuran alternative dari pengukuran kepuasan konsumen tradisional Bergevin *dalam* (Dwianto, 2018). NPS memiliki skala pengukuran angka 0-10. Perhitungan NPS di dasari oleh penilaian responden terhadap pertanyaan tunggal yang diberika peneliti yaitu “seberapa besar kemauan anda merekomendasikan produk X kepada teman atau kolega anda?”.

Skor 0-6 dianggap sebagai pelanggan yang tidak puas yang memiliki kemungkinan dampak negatif terhadap perusahaan atau merek, disebut *detractor*. Skor 7-8 dianggap sebagai konsumen dengan kepuasan pasif dimana konsumen tersebut sudah puas untuk saat ini, rekomendasi merek dianggap kurang antusias dan dapat berpaling ke merek atau perusahaan lain atau disebut *passive*. Skor 9-10 konsumen ini dinamakan konsumen positif, dimana kelompok konsumen ini secara sukarela dan memiliki semangat dalam merekomendasikan perusahaan atau merek kepada orang lain. Apabila presentase promoter suatu merek atau perusahaan lebih tinggi maka

konsumen dapat dinyatakan loyal, dan apabila presentase detractor lebih tinggi maka konsumen tidak loyal.

Tabel 3.1
Parameter Net Promoter Score

No.	Net Promoter Score	Ukuran Net Promoter Score
1.	NPS < 0	Tidak loyal
2.	NPS = 0 - 50	Loyal
3.	NPS > 50	Sangat Loyal

Sumber: Maimun, 2018

Rumus NPS adalah sebagai berikut :

$$\text{NPS} = \text{Promoter\%} - \text{Detractor\%}$$

Keterangan:

$$\Sigma \text{Promoter\%} = \frac{\text{Responden yang memberi skor 9-10 pada produk}}{\text{Jumlah responden memilih produk}} \times 100\%$$

$$\Sigma \text{Detractor\%} = \frac{\text{Responden yang memberi skor 0-6 pada produk}}{\text{Jumlah responden memilih produk}} \times 100\%$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah umum *E-commerce* di Indonesia

Seiring berjalannya waktu, teknologi dan internet sudah semakin berkembang dan menjadi salah satu alat/media yang digunakan untuk berbagai keperluan. Salah satu contoh dari kegunaan teknologi yang dilengkapi dengan manfaat internet adalah *e-commerce*. *E-commerce* atau yang dikenal sebagai *electronic commerce* atau perdagangan elektronik merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Di Indonesia *e-commerce* telah di mulai sejak tahun 1993 dengan berdirinya bhinneka.com dan pada tahun yang sama munculah sanur.com yaitu toko buku online pertama di Indonesia. Tahun 1999 munculah forum kaskus, dan startup berita berupa portal detik.

Tahun 2000-2007 munculah glodokshop.com, datakencana, wetmarket dari Singapura, FastnCheap dari Surabaya, LippoShop, iklanbaris.co.id, gadogado.net yang merupakan situs lelang dan toko bagus.com. Tahun 2010-2011 hadirlah gojek, bukalapak, tiket.com, zalora. 2012 munculnya harbolnas (hari belanja online nasional) pertama di Indonesia untuk memperluas minat warga Indonesia yang merasakan pengalaman berbelanja secara digital. Tahun 2014 munculnya tokopedia dan elevenia. Tahun 2015 muncul hadirnya Mataharimall.com, Shopee dari singapura, serta JD.Id.

Di era modern yang mengedepankan kemudahan, *e-commerce* telah menjadi solusi dalam memecahkan masalah. Indonesia Ecomscape by ecommerce IQ telah menggolongkan *platform e-commerce* seperti B2B, C2C, B2C, *Market Research, Consulting, E-commerce Enabler, E-commerce Software, Marketing, Payments, dan Logistics.*

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 500 responden di mana kriteria dalam pengisian kuesioner adalah responden yang pernah melakukan transaksi di *platform e-commerce* selama 6 bulan terakhir. Karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, domisili dan terakhir melakukan transaksi.

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	248	49,6%
Perempuan	252	50,4%
Total	500	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden adalah perempuan dengan presentase sebesar 50,4% berjumlah 252 orang. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 248 orang dengan presentase 49,6%.

4.2.2 Usia

Berdasarkan Usia, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Fekkuensi	Presentase
20-29	451	90,2%
30-40	49	9,8%
Total	500	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden pada penelitian ini adalah berusia 20-29 tahun dengan presentase 90,2% berjumlah 451 orang. Sedangkan usia 30-40 berjumlah 2 orang dengan presentase 9,8%.

4.2.3 Domisili

Berdasarkan Domisili, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Fekkuensi	Presentase
Kabupaten Malang	224	44,8%
Kota Malang	276	55,2%
Total	500	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden pada penelitian ini adalah Kota Malang dengan presentase 55,2% berjumlah 276 orang. Sedangkan Kabupaten Malang berjumlah 224 orang dengan presentase 44,8%.

4.2.4 Terakhir Melakukan Transaksi

Berdasarkan Domisili, deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4
Terakhir Melakukan Transaksi

Terakhir Melakukan Transaksi	Fekkuensi	Presentase
30 hari terakhir	278	55,6%
3 bulan terakhir	137	27,4%
6 bulan terakhir	85	17%
Total	500	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Data diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden melakukan transaksi terakhir pada 30 hari terakhir dengan responden sebanyak 278 orang dan presentase sebanyak 55,6%. Kemudian responden yang melakukan transaksi 3 bulan terakhir sebanyak 137 orang dengan presentase 27,4%. Dan yang terakhir responden dengan transaksi terakhir 6 bulan terakhir sebanyak 85 orang dengan presentase 17%.

4.3 Distribusi Jawaban Platform E-Commerce

Dapat dilihat jumlah platform e-commerce di Indonesia menurut economscape Indonesia ecommerce IQ sebanyak 26 model bisnis dan ada 237 merek e-commerce. Dari 26 model bisnis dan 237 platform e-commerce, peneliti memilih 13 platform digital yang pernah digunakan oleh generasi millennial Kota dan Kabupaten Malang disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5
Daftar Platform E-Commerce Yang Diteliti

No.	Nama Platform E-commerce
1.	Bukalapak
2.	Shopee
3.	Tokopedia
4.	Blibli.com
5.	Lazada

6.	Transmart Carrefour
7.	Klik Indomaret
8.	Zalora
9.	Tiket.com
10.	Traveloka
11.	Gojek
12.	Grab
13.	Gopay

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, pemilihan 13 *platform e-commerce* didapatkan dengan cara melakukan survey kepada 50 generasi millennial kota dan kabupaten Malang.

4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Platform Digital

Berdasarkan jawaban responden platform digital disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Platform Digital

No.	Nama Platform Digital	Pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Total
1.	Bukalapak	266	234	500
2.	Shopee	440	60	500
3.	Tokopedia	382	118	500
4.	Blibli.com	182	318	500
5.	Lazada	308	192	500
6.	Transmart Carrefour	191	309	500
7.	Klik Indomaret	227	273	500

8.	Zalora	190	310	500
9.	Tiket.com	222	278	500
10.	Traveloka	319	181	500
11.	Gojek	385	115	500
12.	Grab	435	65	500
13.	Gopay	227	273	500

Sumber: Data Diolah 2020

Berdasarkan tabel 4.6 mayoritas responden pernah menggunakan platform bukalapak dengan jumlah presentase sebanyak 53,2% yakni 266 orang, kemudian untuk platform shopee mayoritas responden sudah pernah menggunakan platform tersebut dengan presentase sebanyak 88% yakni 440 orang, untuk platform tokopedia mayoritas responden sudah pernah menggunakan dengan presentase sebanyak 76,4% yakni 382 orang, untuk platform blibli.com responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 36,4% yakni 182, untuk platform lazada responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 61,6% yakni 308 orang, untuk platform transmart carrefour responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 38,2% yakni 191 orang, untuk platform klik indomaret responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 45,4% yakni 227 orang, untuk platform zalora responden sudah pernah menggunakan dengan 38% yakni 190 orang, untuk platform tiket.com responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 44,4% yakni 222 orang, untuk platform traveloka responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 63,8% yakni 319 orang, untuk platform gojek responden sudah pernah menggunakan dengan

presentase 77% yakni 385 orang, untuk platform grab responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 87% yakni 435 orang, dan untuk platform gopay responden sudah pernah menggunakan dengan presentase 45,4% yakni 227.

4.1 Analisis Data

2.1.1 Perhitungan dengan Net Promoter Score

Net Promoter Score di formulasikan sebagai hasil Σ promoter% di kurangi hasil Σ detractor% dari respon *ultimate question* “seberapa besar kemungkinan anda merekomendasikan merek tersebut kepada teman anda?” dalam skala 0-10. Detractor merupakan presentase respon 0-6, passive 7-8, dan promoter adalah presentase respon 9-10 dalam setiap kategori merek yang di survey. Dibawah ini adalah tabel penggolongan jawaban responden mengenai platform digital.

Tabel 4.7
Penggolongan Jawaban Responden Mengenai Platform Digital

No.	Nama Platform Digital	Detractor	Pasive	Promoter	Total
1.	Bukalapak	95	108	63	266
2.	Shopee	40	123	277	440
3.	Tokopedia	61	169	152	382
4.	Blibli.com	69	77	36	182
5.	Lazada	86	140	82	308
6.	Transmart Carrefour	64	70	57	191
7.	Klik Indomaret	45	85	97	227
8.	Zalora	55	87	48	190
9.	Tiket.com	61	104	57	222

10.	Traveloka	54	106	159	319
11.	Gojek	39	155	191	385
12.	Grab	24	142	269	435
13.	Gopay	53	103	117	227

Sumber: Data diolah 2020

Perhitungan *Net Promoter Score* diperoleh dari $\Sigma \text{promoter}\% - \Sigma \text{detractor}\%$, kemudian hasil akhir dari *Net Promoter Score* adalah angka mutlak bukan presentase. Dibawah ini adalah perhitungan *Net Promoter Score* platform digital.

Tabel 4.8
Nilai NPS

No	Nama Platform Digital	<i>Detractor</i> %	<i>Passive</i> %	<i>Promoter</i> %	NPS
1.	Bukalapak	35,7	40,6	23,7	-12
2.	Shopee	9	28	63	54
3.	Tokopedia	16	44,3	39,7	23,7
4.	Bibli.com	37,9	42,3	19,8	-18,1
5.	Lazada	27,9	45,5	26,6	-1,3
6.	Transmart Carrefour	33,5	36,6	29,9	-3,6
7.	Klik Indomaret	19,8	37,5	42,7	22,9
8.	Zalora	28,9	45,8	25,3	-3,6
9.	Tiket.com	27,5	46,8	25,7	-1,8
10.	Traveloka	16,9	33,2	49,9	33
11.	Gojek	10,1	40,3	49,6	39,5
12.	Grab	5,5	32,6	61,9	56,4

13.	Gopay	19,4	37,7	42,9	23,5
-----	-------	------	------	------	------

Sumber: Data Diolah 2020

Merujuk pada hasil penelitian diatas hasil perhitungan data menggunakan *Net Promoter Score* bahwasanya masing-masing platform memiliki nilai NPS berbeda dengan jumlah responden yang pernah menggunakan juga berbeda. Dibawah ini adalah hasil dari parameter *Net Promoter Score*.

Tabel 4.9
Hasil Dari Parameter NPS

No.	Nama Platform Digital	NPS	Parameter
1.	Bukalapak	-12	Tidak loyal
2.	Shopee	54	Sangat loyal
3.	Tokopedia	23,7	Loyal
4.	Blibli.com	-18,1	Tidak loyal
5.	Lazada	-1,3	Tidak loyal
6.	Transmart Carrefour	-3,6	Tidak loyal
7.	Klik Indomaret	22,9	Loyal
8.	Zalora	-3,6	Tidak loyal
9.	Tiket.com	-1,8	Tidak loyal
10.	Traveloka	33	Loyal
11.	Gojek	39,5	Loyal
12.	Grab	56,4	Sangat loyal
13.	Gopay	23,5	Loyal

Sumber: Data Diolah 2020

Tabel 4.10
Presentase dari Parameter NPS

Parameter	Jumlah platform digital	Presentase
Sangat loyal	2	15,4
Loyal	5	38,5
Tidak loyal	6	46,1
Total	13	100

Sumber: Data Diolah 2020

5.1 Pembahasan

5.1.1 Loyalitas Konsumen Pada Platform Digital

5.1.1.1 Sangat Loyal

Merujuk pada analisis data yang digunakan diperoleh 2 platform digital yang mendapatkan predikat sangat loyal yaitu platform shopee dan grab. 2 platform tersebut mendapatkan nilai NPS diatas 50. Hasil ini didukung dengan ulasan yang diperoleh platform shopee pada aplikasi shopee: pelayanan bagus, voucher lengkap, server tidak lemot, banyak pilihan barang, harga terjangkau, dan sistem mudah diakses. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Putri dan Iriani (2019) dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di shopee, bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di shopee. Selanjutnya ulasan yang didapat oleh platform grab ialah banyak promo, pelayanan yang diberikan baik, aman, dan nyaman. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Hernawan dan Andi (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5.1.1.3 Loyal

Merujuk pada analisis data diatas, platform yang mendapat predikat loyal ada 5 platform yaitu tokopedia, klik indomaret, traveloka, gojek, dan gopay. Pada platform tokopedia mendapat ulasan sebagai berikut: Pelayanan baik, pembayaran mudah dan aman, packing aman, dan barang sesuai. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Sethio dan Siagian (2018) bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan tokopedia.

Pada platform klik indomaret mendapat ulasan pada aplikasi sebagai berikut: waktu pengantaran cepat, pelayanan baik, aplikasi mudah digunakan, barang sesuai dengan pesanan. Pada platform traveloka mendapat ulasan pada aplikasi sebagai berikut: mudah digunakan, poses pemesanan apapun cepat dan tanpa ribet. Hal ini didukung penelitian dari Putri dan Susanta (2017) bahwa kemudahan akses, kelengkapan produk, dan tampilan produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Pada platform gojek mendapat ulasan pada aplikasi sebagai berikut: banyak promo pada gofood, terdapat riwayat perjalanan, mudah digunakan, pada gopay terdapat fitur tambahan paylater yang dapat membantu pengguna. Hal ini didukung dengan penelitian dari Destiyanto dan Setyabudi (2018) bahwa consumer experience adalah salah satu faktor pembentuk loyalitas pada gojek.

5.2.1.3 Tidak Loyal

Ada 6 platform yang tidak loyal yaitu bukalapak, lazada, blibli.com, transmart Carrefour, zalora, dan tiket.com. pada platform bukalapak mendapat ulasan sebagai berikut : aplikasi ribet, voucher tidak bisa digunakan. Untuk ulasan yang diperoleh platform lazada adalah sebagai berikut: pengembalian uang ketika tidak jadi membeli lama, estimasi pengiriman tidak sesuai. Untuk ulasan yang diperoleh blibli.com adalah sebagai berikut: aplikasi susah digunakan meskipun dengan jaringan internet yang bagus, pelayanan buruk. Untuk ulasan zalora sebagai berikut: barang yang dijual tidak sesuai dengan deskripsi, pengiriman lama. Untuk ulasan tiket.com sebagai berikut: cs kurang tanggap ketika terjadi masalah, pelayanan kurang baik. Untuk ulasan Carrefour sebagai berikut: beberapa barang selalu kosong pada aplikasi, ongkos kirim di aplikasi dan kenyataan berbeda, rumit dan tidak otomatis.

Pembelian melalui internet di pengaruhi oleh kualitas pelayanan melalui internet (*e-service*) yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Lee dan Lin (2015) dalam Suryani mengusulkan dimensi kualitas *e-service* yakni, desain website, reliabilitas, ketanggapan, kepercayaan, dan personalia. Seperti halnya beberapa ulasan yang diberikan konsumen terhadap platform, beberapa platform yang mendapat predikat sangat loyal dan loyal memiliki tanggapan bahwa kemudahan dalam memakai aplikasi atau website menjadikan konsumen menyukai belanja atau menggunakan aplikasi tersebut, ketanggapan atas pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi.

Merekomendasikan produk atau merek kepada orang lain termasuk dalam indikator loyalitas konsumen yang dikemukakan oleh Griffin (2005), teori tersebut mengatakan bahwa indikator loyalitas konsumen ada 4, yaitu melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk dan jasa, menunjukkan kekebalan dari tarikan pesaing, dan merekomendasikan kepada orang lain. Dari analisis data diatas bahwasanya nilai NPS tertinggi merupakan hasil dari seberapa banyak responden yang mau merekomendasikan produk tersebut kepada temannya.

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada firman Allah Swt dalam QS.

Al- Hujurat ayat 15:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۗ

أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.

Seorang yang loyal tidak akan ragu dengan apa yang mereka pilih, dan mereka percaya bahwa produk atau merek yang dipilih adalah yang terbaik. Maka mereka berani merekomendasikan produk atau merek tersebut kepada orang lain karna kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Kepercayaan yang dimiliki seorang konsumen merupakan salah satu dimensi kualitas *e-service* yang dikemukakan oleh Lee dan Lin (2015) dalam Suryani. Bahwasanya sebuah kepercayaan akan menimbulkan suatu kualitas *e-service* yang baik yang dapat menyebabkan konsumen loyal. Selain itu, seorang muslim tidak hanya loyal kepada manusia (produk atau merek) melainkan

hubungan loyalitas terhadap Allah dan Rasulullah harus ada, ditunjukkan dengan mengikuti perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. Al-Imran ayat 31-32

قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : *Katakanlah: “jika kamu benar-benar) mencintai Allah, Ikutilah aku, niscaya Allah mengasihi dan mengampuni dosa-dosamu” QS. Al-Imran:31*

قُلْ أَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ ۗ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْكٰفِرِينَ ۗ

Artinya: *Katakanlah: “Taatilah Allah dan Rasul-Nya; jika kamu berpaling sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang kafir.*

Tanda-tanda kecintaan kepada Allah adaah dengan mengikuti rasulullah, dimana Allah menjadikan tindakan mencontohi rasulullah dan mengikuti yang diserukan beliau sebagai jalan kecintaan kepada-Nya dan keridhaan-Nya. Ayat ini memberikan pengertian bahwa menyimpang dari jalan ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya merupakan perbuatan kufur, dan Allah tidak menyukai orang yang mempunyai sifat demikian, sekalipun ia mengakui bahwa dirinya cinta kepada Allah dan selalu mendekatkan diri kepada-Nya.

Dari penjelasan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa berbuat loyal atau taat akan memperoleh balasan dari Allah dari apa yang dilakukan, dan Allah tidak menyukai orang yang berbuat kufur kepada-Nya. Dengan demikian loyal kepada Allah dnegan melakukan segala yang diperintahkan-Nya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Dari 13 platform digital terdapat dua platform digital yang memiliki predikat sangat loyal platform tersebut yaitu grab dan shopee. Mendapatkan predikat sangat loyal karena kemudahan dalam mengakses website, aman dan nyaman, dan kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik.

Lima platform digital mendapatkan predikat loyal, platform tersebut yaitu Tokopedia, Grab, Gojek, Klik Indomaret, Traveloka, Gopay. Mendapatkan predikat loyal karena banyak penawaran promo, kualitas pelayanan baik, barang sesuai dan aman.

Enam platform digital yang mendapatkan predikat tidak loyal platform tersebut ialah bukalapak, lazada, blibli.com, transmart Carrefour, zalora. Mendapatkan predikat tidak loyal karena aplikasi susah digunakan, ongkos kirim tidak sesuai, dan pelayanan yang diberikan kurang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Platform e-commerce

Hendaknya penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam mengembangkan strategi pemasaran guna meningkatkan loyalitas konsumen dan mempertahankan loyalitas konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat membaca dan memahaminya sehingga menambah wawasan pengetahuan tentang loyalitas konsumen. Serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek yang berbeda dan menambah variabel lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Struktural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Amalia, A., Dkk. (2018). *Loyalitas Customer dalam Mobile Commerce* Zalora. Profetik Jurnal Komunikasi. (11) 1.
- Asmarasari, D. T., Dkk (2020). Pengaruh Digital Loyalty Program Terhadap Kepuasan dan Loyaltas Pelanggan Studi Kasus Tokopedia. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. (4) 1
- Al-Qur'an dan Hadist
- Bukalapak. 2020. Ulasan Mengenai Bukalapak. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bukalapak.android>
- Blibli.com. 2020. Ulasan Mengenai Blibli.com. diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=blibli.mobile.commerce>
- C,K Laudon & Traver. (2017). *E-commerce 2014*, 10th edition. Person
- Darsono, L. I. (2004). “*Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisis Loyalitas Pelanggan*”. 8 (2), 163-173.
- Destiyanto, Chirsto, C & Setyabudi, Djoko. 2018. Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Konsumen pada Gojek di Semarang. *Interaksi Online*. 6 (4), 514-525.
- Dharmmesta, B. S. (1993). Perilaku Berbelanja Konsumen Era 90'an dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 8.
- _____. (1999). *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti*. *Jurnal ekonomi dan bisnis Indonesia*, 14, (3), (73-88).
- Dhillon, R & Kaur, S. (2012). Review Paper on e-Business & CRM. Diakses pada 4 November 2019 melalui www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64.pdf
- Dick, A.S., & Basu, K. (1994), “Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework,”. *Journal of the academy of Marketing Science*, 22 (2), 99-113.

- Durianto, D & Sitinjak, T . (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta: gamedia pustaka utama.
- Dwianto, G. K., Dkk. (2018). Analisis Dampak pemasaran di Media Sosial Online terhadap Citra Merek, Minat Beli Konsumen, dan Net Promoter Score. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Blackwell, E., & Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Foster, Bob. (2020). Pengaruh Servqual terhadap Kepuasan yang Berdampak pada Loyalitas Pengguna E-Wallet (OVO). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 14,(1).
- Fuady, M. (2005). *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Globalisasi*. Edisi kedua. Bandung: PT citra aditya bakti.
- Gojek. 2020. Ulasan Mengenai Gojek. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gojek.app>
- Grab. 2020. Ulasan Mengenai Grab. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.grabtaxi.passenger>
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Hernawan, Eso & Andy. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pelanggan Gojek dan Grab di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 17, (1).
- _____. (2005). *Constomer Loyalty*. Jakarta: erlangga.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Hutauruk, D. M. (Mei 2018). *Perilaku Belanja Konsumer Bergeser Jauh*. Diperoleh 15 Januari 2020 dari <https://industri.kontan.co.id/news/perilaku-belanja-konsumer-bergeser-jauh>
- Imron, Ahmad, S., Dkk. (2018). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Social Terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Transportasi Online (Go-Jek Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2, (9).
- Indra, Kusuma. (2020). *Dampak Pandemi Masyarakat Semakin Cerdas*

Emnggunakan Platform Digital. Diperoleh tanggal 20 Desember 2020 dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/27730/dampak-pandemi-masyarakat-makin-cerdas-gunakan-platform-digital/0/berita_satker

Jayani, D. H. (Maret 2019). *Databoks.katadata.co.id*. Diperoleh tanggal 15 Januari 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>.

_____. (Oktober 2019). *Databoks.katadata.co.id*. Diperoleh tanggal 15 Januari 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>.

Klik Indomaret. 2020. Ulasan Mengenai Klik Indomaret. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.indomaret.klikindomaret>

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo

_____. (2009). *Manajemen Pemasaran Cetakan ketiga belas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen pemasaran, Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Penerbit PT Indeks

Lia, Nirawati., Dkk. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Pengalaman Pelanggan (*Customer Experience*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Transformation*. 1, (9).

Lazada. 2020. Ulasan Mengenai Lazada. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lazada.android>

Lovelock & Wirtz. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Maimun, D. (Agustus 2020). *Ukuran Tingkat Kepuasan Customer Dengan Net Promoter Score*. Diperoleh tanggal 5 Oktober 2020 dari <https://www.astradigital.id/media-room/ukur-tingkat-kepuasan-customer-dengan-net-promoter-score>

Oktaviani, N., Dkk. ((2019). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Komitmen Pelanggan dan e-WOM pada pengguna Aplikasi e-Money “OVO”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 12 (1).

Puspitaningtias, R., Dkk. (2020). Analisis Loyalitas Merek laptop ASUS dengan Net Promoters Score (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Angkatan 2016 Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 14 (1).

- Putra, I Gusti & Dewi, Luh ,Komang, C.D (2019). Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* serta Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek Di Tabanan. *Journal of Applied Management Studies*. 01, (39-48)
- Putri, Nur A, R & Iriani, Sri, S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Komunika*. 8 (2).
- Putri, Hesti, D & Susanta, Hari. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loylitas Konsumen pada Bisnis *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen Traveloka pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 6 (1).
- Rafiah, Kurnia, K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui *E-commerce* di Indonesia. *Al-Tijarah*. 5, (1)..
- Rangkuty, F. (2002). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Reichheld, F. (2011). *The Ultimate Question 2.0 (How Net promoter Companies Thrive in a Costomer-Driven World)*. Cambridge: Harvard Bussiness Review Press.
- Riyadi, J. (1999). *Gerbang Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Salim, Munir. (2017). Jual Beli Secara Online Mneurut Pnadrangan Hukum Islam. *Al-Daula*. 6, (2).
- Safarudin, A., Dkk (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan *Financial Technology E-Wallet*. *Prosiding IRWNS*. 11 (1).
- Sativa, O. V. (2019). Tingkat Loyalitas Wisata Belanja di Kawasan Ciampelas Menggunakan Net Promoter Score. *Skripsi* (dipublikasikan). Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Bandung.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- _____. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi Bisnis Berbasis Platform sebagai Penggerak Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*. 9 (1), 61-76.
- Shopee. 2020. Ulasan mengenai shopee. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopee.id&hl=id>

- Siagaan, Hotlan & Sethio, Elwin. D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia. *Agora*. 6 (2)
- Simarmata, T. B. (2019). Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah dengan Net Promoter Score pada PT. BPD Jawa Barat dan Banten TBK. Cabang Medan. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*.
- Situmorang, S. H. (2012). *Bisnis Konsep Dan Kasus*. Medan: USU Press.
- Subawa, N. S., & Widhiastini, N. W. (2018). Transformasi Perilaku Konsumen Era Revolusi Industri 4.0. *Conference on Management and Behavioral Studies*.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta : AND
- Sugiyono. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, Andy, P. (2020). Mendapatkan *Word Of Mouth* di *Social Media* dan Loyalitas dengan *Digital Customer Experience*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 7, (2).
- Surya, P.A. (2019). Customer Loyalty From Perspective Of Marketing Mix Strategy and Customer Satisfaction A Study From Grab-Online Transportation in Era of Industrial Revolution 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 9 (394-406).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tafsir Ibnu Katsir. (2015). *Tafsir Alqur'an Online* <http://www.ibnukatsironline.com/2015/04/tafsir-surat-ali-imran-ayat-31-32.html>
- TafsirQ.com. (2015). *Tafsir Alqr'an Online* . <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-130>

- TafsirQ.com. (2015). *Tafsir Alqur'an Online*. <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-58>
- TafsirQ.com. (2015). *Tafsir Alqur'an Online*. <https://tafsirq.com/49-al-hujurat/ayat-15>
- Tiket.com. 2020. Ulasan Mengenai Tiket.com. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tiket.gits>
- Tokopedia. 2020. Ulasan Mengenai Tokopedia. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tokopedia.tkpd>
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran, Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2005). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Traveloka. 2020. Ulasan Mengenai Traveloka. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.traveloka.android>
- Transmart Carrefour. 2020. Ulasan Mengenai Transmart Carrefour Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.app.transmart>
- Turban, et al. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer International Publishing: Switzerland
- Wibowo, W. E. (2018). Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan GDP NEGARA ASEAN. *Jurnal Literasi Bisnis*. 7, (2).
- Widowati, Hari. (April 2019). *Databoks.katadata.co.id*. Diperoleh tanggal 15 januari 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>.
- Wirawan, Jason. (2020). *Customer Loyalty* pada Layanan *Ride-Hailing* Go-Jek: Pengaruh *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Trust* di Kalangan Generasi Milenial Surabaya. *Agora*. 8, (2)
- Zalora. 2020. Ulasan Mengenai Zalora. Diperoleh dari <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.zalora.android>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Net Promoter Score

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki: Perempuan:
3. Usia (tahun) : 20-29 30-40
4. Apakah anda pernah melakukan transaksi belanja pada situs bisnis *online* ?
 Pernah tidak pernah (jika tidak pernah, mohon tidak mengisi jawaban)
5. Terakhir melakukan transaksi
 6 bulan terakhir 3 bulan terakhir 30 hari terakhir

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner Net Promoter Score


Berilah skor dari 0-10 dengan cara menulis skor yang saudara/i inginkan













1. 0-6 : Tidak Loyal, tidak merekomendasikan
2. 7-8 : Biasa saja
3. 9-10 : Loyal, mau merekomendasikan

Berilah skor pada e-commerce yang pernah anda gunakan

C. Pertanyaan

“Seberapa besar kemungkinan anda merekomendasikan merek dibawah ini kepada teman atau kolega anda?”

No.	Merek	E-commerce yang pernah digunakan (beri tanda centang)	Skor 1-10
1.			
2.	Shopee		

			
3.	Tokopedia 		
4.	Blibli.com 		
5.	Lazada 		
6.	Transmart Carrefour 		
7.	Klik indomaret 		
8.	Zalora 		
9.	Tiket.com 		
10.	Traveloka 		
11.	Gopay 		
12.	Gojek 		
13.	Grab 		

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Responden	Bukalapak	Shopee	Tokopedia	Blibli.com	Lazada	Transmart Carrefour	Tiket.com
1	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
2	Tidak pernah menggunakan	10	7	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
3	Tidak pernah menggunakan	9	9	8	8	Tidak pernah menggunakan	9
4	6	9	9	8	7	Tidak pernah menggunakan	9
5	8	10	10	9	9	8	Tidak pernah menggunakan
6	Tidak pernah menggunakan	5	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8
7	6	4	5	5	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
8	5	9	7	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan
9	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
10	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

11	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
12	6	5	6	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
13	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	5	5	10
14	4	10	8	5	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
15	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	4	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
16	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	5	10
17	10	Tidak Pernah Menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
18	9	8	9	5	7	5	10
19	Tidak pernah menggunakan	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
20	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan
21	7	7	7	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
22	4	9	8	5	5	5	5

23	Tidak pernah menggunakan	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	6
24	8	8	8	8	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
25	Tidak pernah menggunakan	5	5	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
26	7	9	9	7	7	9	7
27	5	7	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
28	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9
29	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
30	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
31	4	9	6	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
32	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8
33	10	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6
34	Tidak pernah menggunakan	9	9	7	8	Tidak pernah menggunakan	9

35	Tidak pernah menggunakan	10	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
36	8	9	9	8	8	Tidak pernah menggunakan	7
37	7	9	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	7
38	4	9	8	7	8	7	7
39	5	10	7	8	8	7	7
40	8	9	8	44084	9	9	7
41	7	10	8	8	9	9	7
42	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	6	Tidak pernah menggunakan
43	Tidak pernah menggunakan	10	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
44	8	8	8	5	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
45	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
46	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	4
47	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan

48	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	9
49	7	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10
50	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
51	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10
52	10	10	9	9	9	9	10
53	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
54	9	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
55	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
56	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
57	7	9	9	7	7	Tidak pernah menggunakan	7
58	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
59	8	10	9	8	8	7	8

60	Tidak pernah menggunakan	10	8	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
61	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
62	8	9	9	9	9	9	9
63	7	9	10	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan
64	5	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
65	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
66	Tidak pernah menggunakan	5	5	5	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
67	8	9	9	8	8	8	9
68	7	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
69	4	5	6	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
70	7	9	8	8	8	8	9
71	Tidak pernah menggunakan	10	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

72	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
73	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
74	Tidak pernah menggunakan	10	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
75	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
76	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
77	8	10	9	8	9	Tidak pernah menggunakan	9
78	4	9	8	5	7	8	8
79	5	10	8	8	9	8	7
80	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	8	5	8
81	7	8	8	5	8	8	9
82	5	9	6	5	7	5	8
83	Tidak pernah menggunakan	7	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	5
84	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

85	Tidak pernah menggunakan	10	6	Tidak pernah menggunakan	5	4	8
86	8	5	8	5	7	Tidak pernah menggunakan	8
87	Tidak pernah menggunakan	9	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
88	7	9	5	5	Tidak pernah menggunakan	7	6
89	10	10	9	7	8	9	9
90	7	8	9	7	5	Tidak pernah menggunakan	7
91	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	6	6	7
92	5	8	9	Tidak pernah menggunakan	4	Tidak pernah menggunakan	7
93	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
94	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
95	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	5
96	Tidak pernah menggunakan	9	8	8	8	8	Tidak pernah menggunakan

97	7	7	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8
98	5	9	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
99	6	7	Tidak pernah menggunakan	6	6	Tidak pernah menggunakan	8
100	5	8	8	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
101	9	10	8	5	9	6	5
102	5	8	7	5	5	5	5
103	6	7	Tidak pernah menggunakan	5	6	8	5
104	Tidak pernah menggunakan	10	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
105	5	7	6	6	7	7	6
106	6	8	8	6	6	7	8
107	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
108	5	7	5	6	8	5	6
109	8	9	7	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

110	6	8	5	5	Tidak pernah menggunakan	5	5
111	5	5	5	Tidak pernah menggunakan	8	6	Tidak pernah menggunakan
112	6	6	7	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	5
113	5	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	6	7
114	5	10	9	6	8	Tidak pernah menggunakan	5
115	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
116	Tidak pernah menggunakan	6	8	9	9	6	6
117	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
118	7	10	6	Tidak pernah menggunakan	6	5	6
119	5	7	8	Tidak pernah menggunakan	9	5	6
120	5	8	5	7	6	6	6
121	7	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

122	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
123	8	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	5	6
124	6	7	5	8	5	5	7
125	7	10	9	8	8	7	7
126	4	8	6	7	6	7	Tidak pernah menggunakan
127	5	6	9	5	5	5	Tidak pernah menggunakan
128	4	9	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
129	5	9	6	Tidak pernah menggunakan	6	8	5
130	Tidak pernah menggunakan	10	8	Tidak pernah menggunakan	5	0-6	10
131	8	10	9	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
132	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
133	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5

134	7	8	9	8	8	5	5
135	5	6	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
136	Tidak pernah menggunakan	9	5	7	Tidak pernah menggunakan	7	9
137	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan
138	5	8	7	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
139	7	8	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	8
140	Tidak pernah menggunakan	9	8	8	8	9	9
141	5	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
142	Tidak pernah menggunakan	9	6	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	8
143	9	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	6
144	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
145	10	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9

146	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan
147	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
148	Tidak pernah menggunakan	9	7	5	9	8	Tidak pernah menggunakan
149	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	8	5	8
150	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
151	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
152	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	6
153	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
154	7	6	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
155	8	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
156	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	6	5	8
157	4	7	44084	Tidak pernah	5	Tidak pernah	Tidak pernah

				menggunakan		menggunakan	menggunakan
158	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
159	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	5	5	7	5
160	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
161	7	Tidak Pernah Menggunakan	5	5	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan
162	8	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	6	9	Tidak pernah menggunakan
163	9	6	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	7
164	8	7	8	Tidak pernah menggunakan	9	6	Tidak pernah menggunakan
165	5	6	5	5	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
166	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
167	8	10	7	44084	9	7	9
168	7	Tidak Pernah Menggunakan	5	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

169	Tidak pernah menggunakan	9	44020	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
170	5	8	6	6	Tidak pernah menggunakan	5	5
171	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan
172	8	9	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
173	Tidak pernah menggunakan	9	5	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
174	Tidak pernah menggunakan	6	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8
175	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
176	Tidak pernah menggunakan	9	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan
177	Tidak pernah menggunakan	9	6	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
178	44020	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	6
179	0-6	10	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

180	Tidak pernah menggunakan	7	44020	Tidak pernah menggunakan	6	4	Tidak pernah menggunakan
181	44020	10	9	8	Tidak pernah menggunakan	7	7
182	10	9	7	7	5	6	9
183	9	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
184	10	10	9	9	9	9	9
185	Tidak pernah menggunakan	10	6	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8
186	10	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	8	Tidak pernah menggunakan	6
187	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan
188	10	5	7	Tidak pernah menggunakan	8	8	5
189	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan
190	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
191	Tidak pernah menggunakan	10	6	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

192	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
193	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	7	8
194	5	9	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8
195	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
196	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
197	10	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
198	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
199	7	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
200	5	5	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	3
201	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
202	9	Tidak Pernah Menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
203	7	10	8	Tidak pernah	5	Tidak pernah	Tidak pernah

				menggunakan		menggunakan	menggunakan
204	Tidak pernah menggunakan	8	8	7	9	9	Tidak pernah menggunakan
205	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
206	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	9
207	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
208	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
209	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	7	8
210	5	8	9	5	9	7	Tidak pernah menggunakan
211	7	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
212	6	7	9	8	9	6	4
213	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
214	9	Tidak Pernah Menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

215	6	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
216	5	Tidak Pernah Menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
217	7	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
218	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
219	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
220	Tidak pernah menggunakan	8	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
221	Tidak pernah menggunakan	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
222	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan	7	7	7
223	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
224	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
225	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	3
226	8	9	9	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah

				menggunakan	menggunakan	menggunakan	menggunakan
227	5	9	8	Tidak pernah menggunakan	6	5	7
228	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	6	9	Tidak pernah menggunakan	7
229	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
230	Tidak pernah menggunakan	10	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
231	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
232	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
233	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
234	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	5	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
235	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8
236	9	Tidak Pernah Menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
237	7	9	5	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

238	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
239	5		9	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
240	Tidak pernah menggunakan	9	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
241	5	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
242	9	6	6	Tidak pernah menggunakan	5	5	Tidak pernah menggunakan
243	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	7
244	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan
245	Tidak pernah menggunakan	8	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
246	Tidak pernah menggunakan	9	9	5	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
247	8	9	8	9	9	9	9
248	Tidak pernah menggunakan	6	6	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
249	Tidak pernah menggunakan	7	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

250	8	9	8	7	7	9	9
251	7	8	8	9	9	9	9
252	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
253	7	9	8	9	9	10	8
254	Tidak pernah menggunakan	8	9	5	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
255	5	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
256	5	9	8	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	8
257	7	10	9	7	5	7	9
258	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
259	9	8	5	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
260	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
261	8	9	9	8	8	9	9
262	Tidak pernah menggunakan	10	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

263	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	9
264	8	9	9	9	7	9	5
265	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
266	9	9	8	8	5	9	8
267	9	9	9	8	9	7	9
268	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	8
269	Tidak pernah menggunakan	6	5	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
270	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
271	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
272	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
273	Tidak pernah menggunakan	9	6	Tidak pernah menggunakan	6	5	5
274	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	8

275	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
276	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
277	Tidak pernah menggunakan	9	9	8	7	Tidak pernah menggunakan	8
278	Tidak pernah menggunakan	9	44020	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
279	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
280	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
281	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
282	8	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
283	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
284	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
285	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

286	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
287	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
288	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
289	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	8	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
290	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
291	10	Tidak Pernah Menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
292	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
293	9	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
294	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
295	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
296	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	7

297	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
298	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
299	Tidak pernah menggunakan	10	10	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
300	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	8
301	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	7	5	Tidak pernah menggunakan
302	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
303	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
304	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
305	8	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
306	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan
307	9	Tidak Pernah Menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

308	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
309	8	Tidak Pernah Menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
310	7	8	9	8	5	7	9
311	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9
312	Tidak pernah menggunakan	9	8	9	Tidak pernah menggunakan	9	7
313	5	7	8	9	5	9	9
314	9	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
315	9	Tidak Pernah Menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
316	8	8	9	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan
317	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
318	Tidak pernah menggunakan	10	8	6	9	Tidak pernah menggunakan	4
319	8	Tidak Pernah Menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

320	9	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9
321	7	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
322	10	9	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
323	9	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
324	8	7	44020	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
325	9	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	7	8	9
326	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
327	8	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
328	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9
329	7	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
330	9	9	44020	5	Tidak pernah menggunakan	9	9

331	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	6
332	Tidak pernah menggunakan	9	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
333	8	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
334	5	7	8	Tidak pernah menggunakan	5	8	8
335	Tidak pernah menggunakan	9	8	9	Tidak pernah menggunakan	9	9
336	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
337	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
338	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
339	5	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
340	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
341	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
342	6	9	9	Tidak pernah	8	Tidak pernah	Tidak pernah

				menggunakan		menggunakan	menggunakan
343	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
344	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
345	8	9	8	9	9	5	Tidak pernah menggunakan
346	Tidak pernah menggunakan	9	6	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
347	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9	9	9
348	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
349	9	9	9	9	8	7	9
350	8	10	5	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
351	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
352	Tidak pernah menggunakan	10	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
353	Tidak pernah menggunakan	5	5	Tidak pernah menggunakan	5	5	Tidak pernah menggunakan

354	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan
355	5	7	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
356	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
357	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan
358	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	10	9	Tidak pernah menggunakan
359	9	9	9	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
360	Tidak pernah menggunakan	10	7	Tidak pernah menggunakan	8	10	7
361	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
362	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan
363	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
364	5	9	8	5	7	10	6
365	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

366	5	8	8	6	8	9	8
367	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
368	8	9	8	8	8	9	8
369	6	9	8	5	5	5	6
370	5	9	8	5	6	9	6
371	9	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
372	8	9	5	8	8	10	9
373	5	9	8	7	7	7	5
374	6	9	7	5	8	9	7
375	8	9	5	6	7	5	5
376	5	10	5	6	8	9	5
377	5	10	8	5	5	7	9
378	6	10	8	6	5	8	5
379	5	10	8	5	7	9	8
380	Tidak pernah menggunakan	7	8	8	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

381	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9
382	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
383	Tidak pernah menggunakan	9	7	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
384	9	6	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
385	8	9	7	7	8	5	9
386	8	8	9	9	5	Tidak pernah menggunakan	7
387	Tidak pernah menggunakan	8	9	6	8	7	7
388	7	7	8	5	5	8	7
389	7	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
390	7	6	6	6	6	8	8
391	7	8	9	9	9	6	8
392	9	7	9	8	7	8	5
393	8	8	9	7	8	9	Tidak pernah menggunakan

394	7	9	7	8	7	5	5
395	8	8	7	9	9	7	9
396	9	9	9	9	9	9	9
397	10	10	9	9	10	5	6
398	9	9	9	7	9	9	10
399	Tidak pernah menggunakan	9	7	8	10	9	9
400	6	10	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
401	9	7	7	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
402	9	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	5	Tidak pernah menggunakan
403	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
404	Tidak pernah menggunakan	9	7	8	8	7	7
405	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
406	Tidak pernah menggunakan	9	9	8	7	8	8

407	7	9	7	8	9	9	7
408	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan
409	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	9
410	8	9	9	8	9	7	8
411	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	9	8	7	8
412	5	10	7	Tidak pernah menggunakan	7	7	8
413	Tidak pernah menggunakan	10	7	7	9	5	7
414	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
415	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
416	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
417	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
418	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

419	5	9	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
420	9	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
421	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8
422	5	8	7	8	7	5	7
423	10	9	9	9	9	9	9
424	7	8	8	44020	8	Tidak pernah menggunakan	8
425	9	9	9	9	9	10	9
426	8	9	9	7	10	Tidak pernah menggunakan	8
427	7	8	8	7	8	Tidak pernah menggunakan	7
428	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
429	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
430	5	10	8	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8

431	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
432	7	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
433	7	7	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
434	8	8	7	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	7
435	7	7	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
436	Tidak pernah menggunakan	9	5	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
437	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
438	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
439	8	9	6	8	7	10	8
440	6	6	5	5	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
441	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
442	5	8	7	6	5	Tidak pernah menggunakan	5

443	7	8	8	7	7	8	7
444	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	5
445	Tidak pernah menggunakan	9	7	5	7	Tidak pernah menggunakan	8
446	7	7	9	5	7	10	9
447	5	8	8	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	6
448	Tidak pernah menggunakan	8	9	5	4	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
449	Tidak pernah menggunakan	9	8	5	8	Tidak pernah menggunakan	8
450	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
451	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	8
452	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
453	Tidak pernah menggunakan	10	7	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
454	6	9	10	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

455	8	7	10	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	8
456	5	9	9	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9
457	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
458	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
459	5	9	9	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	5
460	7	9	9	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
461	5	9	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
462	5	9	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
463	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
464	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
465	6	7	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

466	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
467	Tidak pernah menggunakan	9	9	6	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
468	5	8	8	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	8
469	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
470	Tidak pernah menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	5
471	8	8	9	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
472	Tidak pernah menggunakan	6	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
473	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
474	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
475	5	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	9
476	8	8	8	7	8	9	6
477	7	9	7	9	9	10	8

478	5	9	8	5	7	9	8
479	5	9	9	6	5	9	6
480	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	8	Tidak pernah menggunakan
481	6	9	7	5	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan
482	5	8	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5
483	Tidak pernah menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
484	5	9	Tidak pernah menggunakan	6	8	6	Tidak pernah menggunakan
485	Tidak pernah menggunakan	5	9	7	6	5	Tidak pernah menggunakan
486	Tidak pernah menggunakan	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan
487	Tidak pernah menggunakan	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan
488	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
489	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

490	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
491	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
492	9	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
493	9	Tidak Pernah Menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
494	8	8	9	7	8	8	8
495	8	7	8	7	8	8	8
496	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
497	10	7	8	9	7	9	7
498	9	Tidak Pernah Menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
499	Tidak pernah menggunakan	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
500	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

Responden	Traveloka	Gopay	Gojek	Grab	Klik indomaret	Zalora
1	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
2	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
3	9	9	9	9	5	9
4	7	9	9	7	7	9
5	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
6	8	5	5	9	9	Tidak pernah menggunakan
7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
8	Tidak pernah menggunakan	9	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	8	Tidak pernah menggunakan
11	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

12	Tidak pernah menggunakan	5	6	9	8	8
13	9	9	9	9	8	Tidak pernah menggunakan
14	9	9	5	7	8	Tidak pernah menggunakan
15	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
16	9	7	8	8	Tidak pernah menggunakan	5
17	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
18	9	9	9	9	8	8
19	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	5	Tidak pernah menggunakan
20	10	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
21	8	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
22	8	5	7	9	9	5
23	5	5	9	9	4	Tidak pernah menggunakan

24	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
25	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	8	5
26	9	9	9	10	10	7
27	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
28	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	10
29	Tidak pernah menggunakan	7	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
30	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
31	10	9	9	10	7	6
32	8	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
33	4	9	9	4	Tidak pernah menggunakan	5
34	7	9	9	8	9	8
35	9	7	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

36	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	5
37	9	5	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
38	9	7	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
39	9	7	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
40	9	7	9	9	10	8
41	9	9	9	9	9	9
42	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan
43	9	10	9	9	Tidak pernah menggunakan	7
44	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	7
45	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
46	8	8	7	9	5	5
47	9	8	9	9	8	Tidak pernah menggunakan

48	10	9	9	8	7	Tidak pernah menggunakan
49	10	9	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
50	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
51	8	9	9	7	8	7
52	9	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan
53	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
54	Tidak pernah menggunakan	8	7	10	9	Tidak pernah menggunakan
55	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
56	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
57	8	8	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
58	Tidak pernah menggunakan	8	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
59	9	10	10	9	Tidak pernah	Tidak pernah

					menggunakan	menggunakan
60	9	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
61	9	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
62	9	10	10	9	10	Tidak pernah menggunakan
63	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
64	9	7	10	9	10	Tidak pernah menggunakan
65	Tidak pernah menggunakan	7	10	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
66	9	10	10	5	Tidak pernah menggunakan	5
67	9	8	7	8	5	8
68	9	9	10	9	4	5
69	Tidak pernah menggunakan	6	5	9	7	8
70	9	9	9	9	7	7
71	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

72	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
73	5	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
74	5	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
75	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
76	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan
77	9	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
78	10	9	9	10	7	9
79	10	9	9	10	8	9
80	7	5	7	7	Tidak pernah menggunakan	9
81	10	9	9	9	7	9
82	8	7	8	8	6	7
83	10	9	9	8	5	Tidak pernah menggunakan
84	7	7	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

85	10	7	8	8	Tidak pernah menggunakan	5
86	4	7	8	9	9	Tidak pernah menggunakan
87	10	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	6
88	5	7	7	9	9	5
89	7	9	10	10	9	7
90	7	8	8	10	9	7
91	7	8	10	10	9	9
92	5	5	8	7	9	Tidak pernah menggunakan
93	Tidak pernah menggunakan	8	10	8	9	Tidak pernah menggunakan
94	10	Tidak pernah menggunakan	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
95	5	10	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
96	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	8	7	8
97	7	8	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

98	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	8
99	8	7	9	9	9	Tidak pernah menggunakan
100	Tidak pernah menggunakan	5	7	9	9	8
101	5	6	7	9	9	7
102	6	6	7	9	9	6
103	5	6	5	8	9	5
104	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
105	5	5	7	8	10	5
106	7	5	7	9	9	6
107	5	5	5	6	5	Tidak pernah menggunakan
108	5	7	8	9	8	Tidak pernah menggunakan
109	Tidak pernah menggunakan	7	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
110	8	5	8	9	6	7

111	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan
112	6	3	5	7	8	Tidak pernah menggunakan
113	6	6	6	8	7	Tidak pernah menggunakan
114	9	8	10	9	6	Tidak pernah menggunakan
115	8	9	10	9	9	Tidak pernah menggunakan
116	6	4	Tidak pernah menggunakan	5	5	6
117	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
118	8	4	5	8	7	Tidak pernah menggunakan
119	4	8	7	9	8	8
120	7	6	7	8	5	7
121	6	Tidak pernah menggunakan	5	5	66	Tidak pernah menggunakan
122	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

123	5	7	8	8	5	Tidak pernah menggunakan
124	8	6	8	7	5	5
125	9	9	9	9	7	9
126	5	7	Tidak pernah menggunakan	7	5	Tidak pernah menggunakan
127	Tidak pernah menggunakan	4	8	9	8	9
128	Tidak pernah menggunakan	4	8	9	6	8
129	8	Tidak pernah menggunakan	9	9	7	Tidak pernah menggunakan
130	8	8	8	9	7	Tidak pernah menggunakan
131	8	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
132	8	Tidak pernah menggunakan	8	9	7	Tidak pernah menggunakan
133	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	6	5
134	5	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	8

135	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	8
136	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	8	10
137	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	9	8
138	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8
139	10	Tidak pernah menggunakan	7	9	8	Tidak pernah menggunakan
140	9	6	10	7	5	9
141	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	8	8	8
142	9	9	7	9	Tidak pernah menggunakan	8
143	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan
144	Tidak pernah menggunakan	7	10	8	6	Tidak pernah menggunakan
145	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan

146	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
147	9	9	10	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
148	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan
149	7	9	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
150	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
151	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan
152	5	7	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
153	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	8	8	Tidak pernah menggunakan
154	8	Tidak pernah menggunakan	7	8	9	7
155	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
156	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	5
157	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	7	8	Tidak pernah

	menggunakan	menggunakan	menggunakan			menggunakan
158	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan
159	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	8	9	9
160	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	9	8	Tidak pernah menggunakan
161	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	4	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
162	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	7	9	8
163	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	9	8	5
164	7	Tidak pernah menggunakan	5	5	8	8
165	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	8	9
166	Tidak pernah menggunakan	7	7	7	Tidak pernah menggunakan	7
167	9	7	7	9	8	9
168	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

169	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
170	8	Tidak pernah menggunakan	7	10	Tidak pernah menggunakan	8
171	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	10	8	Tidak pernah menggunakan
172	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
173	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
174	8	6	5	10	9	Tidak pernah menggunakan
175	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
176	5	6	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
177	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	5	Tidak pernah menggunakan	5
178	5	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
179	9	6	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

180	9	8	8	7	Tidak pernah menggunakan	6
181	9	8	10	9	9	Tidak pernah menggunakan
182	9	9	8	9	8	Tidak pernah menggunakan
183	6	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	7
184	9	9	9	9	9	9
185	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	6	5	5	Tidak pernah menggunakan
186	7	Tidak pernah menggunakan	10	4	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
187	5	7	10	7	9	9
188	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	9	9	9
189	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	5	9
190	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
191	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

192	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
193	9	9	10	10	Tidak pernah menggunakan	7
194	9	7	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
195	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
196	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
197	8	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
198	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
199	Tidak pernah menggunakan	8	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
200	6	5	10	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
201	Tidak pernah menggunakan	7	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
202	Tidak pernah menggunakan	9	10	4	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
203	Tidak pernah	6	8	9	Tidak pernah	Tidak pernah

	menggunakan				menggunakan	menggunakan
204	7	Tidak pernah menggunakan	10	9	9	5
205	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	9	9	Tidak pernah menggunakan
206	Tidak pernah menggunakan	8	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
207	9	8	7	9	5	Tidak pernah menggunakan
208	Tidak pernah menggunakan	6	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
209	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	7
210	8	9	9	9	6	Tidak pernah menggunakan
211	9	7	9	8	7	Tidak pernah menggunakan
212	7	7	9	10	6	8
213	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
214	7	9	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

215	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
216	9	9	10	7	7	Tidak pernah menggunakan
217	9	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
218	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	20	Tidak pernah menggunakan	5
219	9	8	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
220	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	9	7
221	8	Tidak pernah menggunakan	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
222	10	Tidak pernah menggunakan	7	7	8	Tidak pernah menggunakan
223	10	Tidak pernah menggunakan	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
224	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
225	7	7	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
226	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	9	Tidak pernah	Tidak pernah

	menggunakan	menggunakan	menggunakan		menggunakan	menggunakan
227	8	5	7	9	5	5
228	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
229	Tidak pernah menggunakan	8	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
230	9	9	10	8	9	7
231	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	9	8	Tidak pernah menggunakan
232	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
233	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
234	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	10
235	Tidak pernah menggunakan	7	9	5	Tidak pernah menggunakan	10
236	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan
237	Tidak pernah menggunakan	7	9	4	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

238	10	9	10	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
239	10	5	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
240	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
241	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
242	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	5	Tidak pernah menggunakan
243	9	9	7	9	6	7
244	9	7	7	9	9	Tidak pernah menggunakan
245	7	7	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
246	7	7	7	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
247	7	9	9	9	9	9
248	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
249	Tidak pernah menggunakan	5	6	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

250	5	5	10	8	9	10
251	9	7	10	8	9	9
252	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	7
253	10	9	10	8	9	9
254	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
255	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
256	8	9	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
257	8	9	10	9	8	5
258	9	Tidak pernah menggunakan	6	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
259	7	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
260	7	Tidak pernah menggunakan	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
261	7	7	9	9	9	9
262	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

263	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	4	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
264	9	9	10	7	5	6
265	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	8	Tidak pernah menggunakan
266	9	5	10	9	8	6
267	9	7	9	7	8	9
268	Tidak pernah menggunakan	8	8	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
269	44020	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
270	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
271	10	9	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
272	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
273	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
274	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

275	Tidak pernah menggunakan	8	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
276	9	9	9	9	8	Tidak pernah menggunakan
277	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
278	Tidak pernah menggunakan	8	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
279	Tidak pernah menggunakan	9	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
280	Tidak pernah menggunakan	9	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
281	7	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	7
282	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
283	7	8	9	10	Tidak pernah menggunakan	8
284	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
285	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

286	10	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
287	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
288	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
289	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
290	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
291	8	8	7	10	9	Tidak pernah menggunakan
292	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
293	10	9	10	Tidak pernah menggunakan	8	8
294	10	9	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
295	8	9	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
296	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	9	Tidak pernah menggunakan

297	Tidak pernah menggunakan	9	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
298	9	8	8	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
299	9	9	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
300	9	9	9	10	Tidak pernah menggunakan	9
301	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan
302	8	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8	8
303	9	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
304	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan
305	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan
306	6	5	5	9	Tidak pernah menggunakan	5
307	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

308	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
309	Tidak pernah menggunakan	8	8	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
310	7	7	9	44020	9	6
311	7	9	7	9	9	Tidak pernah menggunakan
312	9	9	10	8	9	7
313	5	9	10	8	9	7
314	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
315	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
316	10	9	9	7	9	Tidak pernah menggunakan
317	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
318	10	9	9	8	Tidak pernah menggunakan	9
319	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

320	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9
321	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
322	9	Tidak pernah menggunakan	7	9	9	Tidak pernah menggunakan
323	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
324	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
325	Tidak pernah menggunakan	9	9	8	9	5
326	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
327	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
328	10	9	9	8	10	Tidak pernah menggunakan
329	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
330	5	10	9	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan

331	5	5	9	9	7	Tidak pernah menggunakan
332	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
333	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
334	7	9	9	9	8	8
335	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
336	10	10	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
337	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
338	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
339	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
340	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
341	9	7	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
342	9	Tidak pernah menggunakan	7	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

343	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
344	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
345	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
346	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
347	10	10	10	9	9	10
348	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
349	Tidak pernah menggunakan	10	10	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan
350	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
351	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
352	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
353	Tidak pernah menggunakan	5	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	5

354	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9
355	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	6
356	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9
357	9	10	9	Tidak pernah menggunakan	9	9
358	9	9	9	9	9	9
359	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	9
360	9	5	8	8	9	8
361	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	10
362	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9
363	9	Tidak pernah menggunakan	6	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
364	5	7	8	8	9	5
365	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	9

366	9	8	7	9	9	5
367	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	10	9
368	9	9	10	9	10	9
369	6	5	10	9	5	5
370	0-6	5	10	9	10	5
371	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
372	9	8	9	9	10	7
373	5	9	9	9	9	5
374	9	7	9	9	9	7
375	7	9	9	9	9	7
376	6	5	9	9	9	6
377	9	9	9	9	9	5
378	5	9	99	10	9	4
379	5	9	9	10	9	5
380	9	9	9	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

381	Tidak pernah menggunakan	7	7	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
382	9	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
383	Tidak pernah menggunakan	8	10	10	Tidak pernah menggunakan	9
384	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
385	9	9	10	10	7	8
386	9	9	10	7	8	7
387	7	5	8	7	6	7
388	7	8	8	7	8	5
389	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
390	5	5	8	7	8	8
391	8	7	7	7	6	8
392	9	9	10	10	8	6
393	9	9	10	10	9	8
394	7	9	8	7	8	8

395	9	9	8	7	9	8
396	9	5	7	3	9	5
397	7	5	10	10	6	5
398	7	9	9	10	8	9
399	9	9	9	10	9	8
400	8	7	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
401	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	10	Tidak pernah menggunakan	6
402	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	5	7	7	Tidak pernah menggunakan
403	9	7	9	9	8	Tidak pernah menggunakan
404	9	9	9	9	7	7
405	7	8	7	7	9	Tidak pernah menggunakan
406	7	8	7	7	8	7
407	9	9	9	9	9	7

408	9	8	8	8	8	7
409	9	9	10	10	9	Tidak pernah menggunakan
410	9	7	8	8	7	9
411	9	7	10	10	8	5
412	9	8	10	10	9	7
413	9	9	10	10	5	7
414	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	7	8	Tidak pernah menggunakan
415	Tidak pernah menggunakan	8	10	10	9	Tidak pernah menggunakan
416	10	Tidak pernah menggunakan	10	10	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
417	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	4	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
418	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
419	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan

420	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
421	10	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
422	8	8	7	8	5	8
423	10	9	10	9	10	9
424	8	8	8	8	Tidak pernah menggunakan	8
425	10	9	10	10	9	9
426	10	9	9	10	Tidak pernah menggunakan	8
427	8	8	8	7	Tidak pernah menggunakan	8
428	9	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
429	7	8	9	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
430	8	8	7	9	8	7
431	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
432	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

433	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
434	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	7	Tidak pernah menggunakan	7
435	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
436	5	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
437	Tidak pernah menggunakan	7	8	7	Tidak pernah menggunakan	7
438	7	7	8	9	5	Tidak pernah menggunakan
439	9	7	8	9	9	8
440	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
441	8	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7
442	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	6	8
443	8	8	7	8	7	7
444	6	9	9	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

445	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
446	6	8	9	9	6	8
447	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
448	Tidak pernah menggunakan	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
449	9	Tidak pernah menggunakan	9	9	10	8
450	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	Tidak pernah menggunakan	5
451	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
452	8	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	6
453	8	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
454	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	8
455	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
456	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

457	44020	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
458	9	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
459	5	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
460	9	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
461	8	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
462	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
463	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
464	9	Tidak pernah menggunakan	5	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
465	7	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
466	7	Tidak pernah menggunakan	8	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
467	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8	7	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
468	7	Tidak pernah	8	9	Tidak pernah	Tidak pernah

		menggunakan			menggunakan	menggunakan
469	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	5	Tidak pernah menggunakan
470	44020	Tidak pernah menggunakan	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
471	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
472	Tidak pernah menggunakan	4	6	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
473	9	9	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
474	Tidak pernah menggunakan	7	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
475	9	7	4	6	7	Tidak pernah menggunakan
476	9	8	9	9	9	8
477	9	9	9	9	9	5
478	9	9	9	9	9	5
479	8	5	8	9	9	6
480	Tidak pernah menggunakan	9	10	9	8	Tidak pernah menggunakan

481	5	6	8	9	8	Tidak pernah menggunakan
482	7	8	7	9	5	Tidak pernah menggunakan
483	Tidak pernah menggunakan	6	9	6	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
484	Tidak pernah menggunakan	6	4	6	Tidak pernah menggunakan	6
485	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
486	8	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	8
487	5	Tidak pernah menggunakan	9	8	6	Tidak pernah menggunakan
488	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	7	8	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
489	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
490	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
491	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan

492	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
493	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
494	9	7	7	9	7	8
495	9	7	10	9	8	7
496	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
497	7	7	10	9	9	10
498	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
499	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	9	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan
500	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan	Tidak pernah menggunakan



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
 NIP : 19761210 200912 2 001
 Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Findi Dia Finalia Sari
 NIM : 16510032
 Handphone : 085810064018
 Konsentrasi : Pemasaran
 Email : findidia@gmail.com
 Judul Skripsi : "Pengukuran Loyalitas Konsumen Dengan Menggunakan Metode *Net Promoter Score* pada Perusahaan Platform Digital"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	19%	5%	9%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 April 2020
 UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
 NIP 197612102009122 001

f

ORIGINALITY REPORT

19%	19%	5%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	media.neliti.com Internet Source	1%
2	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1%
3	sinta.unud.ac.id Internet Source	<1%
4	jurnal.unej.ac.id Internet Source	<1%
5	dosen.perbanas.id Internet Source	<1%
6	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
7	musliadipnl.files.wordpress.com Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1%
9	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id Internet Source	<1%
10	www.researchgate.net Internet Source	<1%
11	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1%
12	www.scilit.net Internet Source	<1%
13	repository.uph.edu Internet Source	<1%