

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP REPURHCASE INTENTION

(Studi kasus pada kaum millennials pengguna Shopee di kelurahan karet)

A. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Isilah data diri Anda sebelum melakukan pengisian kuisisioner
2. Petunjuk pengisian

Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

1 : Sangat Tidak Setuju

2 : Tidak Setuju

3 : Setuju

4 : Sangat Setuju

Berikan tanda (\surd) pada salah satu jawaban yang menurut saudara/saudari yang dianggap paling tepat pada setiap butir pertanyaan/pernyataan.

B. Identitas Responden

1. Jenis kelamin* : Pria
 Wanita
2. Usia* : 20 - 25 tahun
 26 - 35 tahun
 36 - 40 tahun
3. Pekerjaan* : Mahasiswa

- Pegawai Negri
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Lainnya

4. Penghasilan*:

- 0 - <Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - <Rp2.500.000
- Rp 2.500.000 - <Rp4.000.000
- Rp 4.000.000 - <Rp5.000.000
- >Rp5.000.000

Apakah Anda Pernah Melakukan Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee?*

- a) Ya
- b) Tidak

Preceived Use of use (X₁)

NO	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Merasa praktis dann jelas dalam menggunakan aplikasi Shopee				
2.	Penggunaan aplikasi shopee mudah untuk dipahami dan digunakan				
3.	Tidak diperlukan usaha yang lebih untuk menggunaka aplikasi				

4.	Merasa lebih efisien dalam melakukan pembelian dengan menggunakan aplikasi shopee				
5.	Aplikasi Shopee mudah untuk digunakan				
6.	Mudah untuk diingat bagai mana melakukan penggunaan aplikasi				
7.	Merasa mudah dalam memerintah aplikasi untuk melakukan apa yang ingin di lakukan				
8.	Aplikasi shopee menawarkan produk dengan fitur yang mudah dipahami				

Preceived Usefulness (X₂)

NO	Pertanyaan / pernyataan	STS	TS	S	SS
9.	Shopee memberikan fitur yang membantu mempercepat pencarian produk yang diinginkan				
10.	Aplikasi Shopee dapat lebih memperlancar proses pembelian				
11.	Aplikasi mendukung aspek kritis dalam pekerjaan				
12.	Menggunakan aplikasi Shopee membantu pengguna berbelanja menjadi lebih praktis				
13.	Pembelian produk menggunakan aplikasi Shopee dapat menghemat waktu dan biaya				

14.	Aplikasi Shopee memiliki tahapan transaksi yang mudah dan berguna				
15.	Shopee menyediakan fitur dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dengan lengkap				

Repurchase Intention (Y)

NO	Pertanyaan / Pernyataan	STS	TS	S	SS
16.	Aplikasi Shopee mampu membuat pengguna untuk melakukan pembelian Kembali				
17.	Selalu menggunakan aplikasi Shopee dalam berbelanja				
18.	Aplikasi Shopee mampu membuat pengguna tertarik untuk merekomendasikan produk yang ditawarkan kepada orang lain				
19.	Kepuasan menjadikan konsumen berencana dalam menggunakan aplikasi dimasa yang akan datang				
20.	Aplikasi menjadi salah satu pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan				
21.	Produk dan fitur layanan aplikasi Shopee lebih menarik dibandingkan aplikasi lainnya				
22.	Tertarik dalam memncoba dan menggunakan variasi dan fitur terbaru yang ditawarkan oleh aplikasi				
23.	Pengguna mendapatkan informasi yang banyak dari aplikasi				

Lampiran 2. Hasil Uji Instrumen X1 Perceived Ease of Use

Responden	Perceived Ease of Use(X1)								Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	3	3	3	2	3	3	3	3	23
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	3	3	4	3	28
5	4	4	4	4	4	4	3	4	31
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	4	4	4	4	4	4	4	31
8	3	4	3	4	3	3	3	3	26
9	4	4	4	4	4	3	3	4	30
10	4	3	3	3	3	3	3	3	25
11	3	4	4	3	4	4	3	4	29
12	3	3	2	3	3	3	3	3	23
13	3	4	3	4	4	4	4	4	30
14	4	3	4	4	3	3	4	4	29
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	3	3	30
17	3	3	2	3	3	3	3	3	23
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	3	3	3	3	3	3	26
20	3	3	2	4	4	4	4	2	26
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	2	3	3	2	3	3	2	2	20
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	3	3	3	4	4	4	4	4	29
29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	4	4	3	4	4	4	4	3	30
33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	3	4	3	3	3	4	28

Responden	Perceived Ease of Use(X1)								Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	4	3	3	3	3	3	3	3	25
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	4	4	3	4	4	4	3	4	30
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43	4	4	4	3	4	4	4	3	30
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	3	3	4	3	4	3	3	3	26
46	3	3	3	3	3	4	3	3	25
47	3	2	4	1	4	4	4	3	25
48	4	3	4	4	4	4	4	4	31
49	3	4	3	4	4	4	4	4	30
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	3	4	4	4	3	4	4	3	29
55	3	4	4	3	4	4	4	3	29
56	4	3	3	3	4	3	3	3	26
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	3	4	3	4	4	3	3	4	28
65	3	4	3	4	4	3	3	4	28
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	3	3	30
69	4	3	4	4	3	3	4	3	28
70	3	4	4	4	3	4	4	3	29
71	4	3	4	3	4	4	3	4	29
72	4	3	3	3	3	3	2	3	24
73	3	3	4	3	4	3	4	4	28
74	3	4	3	4	3	4	3	4	28

Lampiran 3. Hasil Uji Instrumen X2 Perceived Usefulness

Responden	Perceived Usefulness(X2)							Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1.	3	3	3	3	3	3	2	20
2.	4	4	2	4	4	4	4	26
3.	4	4	4	4	4	4	4	28
4.	4	4	3	4	3	4	4	26
5.	4	4	3	4	4	4	4	27
6.	3	3	3	3	3	3	3	21
7.	3	3	3	4	4	4	3	24
8.	3	3	3	4	4	4	4	25
9.	2	3	3	4	4	4	3	23
10.	3	3	3	4	3	3	3	22
11.	3	3	4	4	4	4	4	26
12.	3	3	3	3	3	3	3	21
13.	4	4	4	4	4	4	4	28
14.	4	4	3	4	4	3	4	26
15.	3	4	4	4	3	4	4	26
16.	3	4	3	4	4	4	4	26
17.	3	3	3	3	3	3	3	21
18.	3	3	2	4	4	4	4	24
19.	3	4	3	3	3	3	3	22
20.	3	4	3	2	3	2	4	21
21.	4	4	4	4	4	4	4	28
22.	3	3	3	3	3	3	3	21
23.	3	3	4	4	4	4	4	26
24.	4	4	4	4	4	4	4	28
25.	3	3	1	3	3	3	2	18
26.	4	4	3	3	4	4	4	26
27.	3	3	3	3	3	3	3	21
28.	4	4	3	4	4	3	4	26
29.	3	3	3	3	4	3	3	22
30.	3	3	3	3	3	4	3	22
31.	3	3	3	3	3	3	3	21
32.	4	4	3	4	4	4	3	26
33.	3	3	2	3	3	3	3	20
34.	4	4	4	4	4	4	4	28
35.	4	4	4	4	4	4	4	28
36.	4	4	2	3	4	3	3	23

Responden	Perceived Usefulness(X2)							Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
37.	4	4	4	4	4	4	4	28
38.	3	3	3	3	3	3	3	21
39.	3	3	3	3	3	4	4	23
40.	3	4	3	4	3	3	3	23
41.	4	4	4	4	4	4	4	28
42.	3	3	3	3	3	3	3	21
43.	4	4	4	4	4	4	4	28
44.	4	4	4	4	4	4	4	28
45.	3	3	3	3	3	3	3	21
46.	4	3	4	3	3	4	3	24
47.	2	3	1	1	1	3	4	15
48.	4	4	4	4	4	4	4	28
49.	4	3	3	4	4	4	4	26
50.	3	3	3	3	3	3	3	21
51.	4	4	4	4	4	4	4	28
52.	4	4	4	4	4	3	4	27
53.	4	4	4	4	4	4	4	28
54.	4	3	4	3	4	4	4	26
55.	4	3	4	4	4	3	4	26
56.	4	4	3	4	4	3	2	24
57.	4	1	4	4	4	4	4	25
58.	3	4	4	4	4	4	3	26
59.	4	4	3	4	4	4	4	27
60.	4	4	4	4	4	4	4	28
61.	4	4	3	3	4	3	4	25
62.	3	3	3	3	3	3	3	21
63.	4	4	4	4	4	4	4	28
64.	4	3	4	4	3	4	4	26
65.	4	3	4	4	3	4	4	26
66.	3	3	3	3	3	3	3	21
67.	4	4	4	4	4	4	4	28
68.	4	3	3	4	3	4	3	24
69.	4	3	4	4	4	4	3	26
70.	4	3	4	4	3	4	4	26
71.	4	3	4	4	3	4	4	26
72.	4	3	3	2	2	3	4	21
73.	4	3	4	3	4	3	3	24
74.	3	4	3	4	3	4	3	24

Responden	Repurchase Intention (Y)								Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
37.	4	4	4	3	4	4	4	4	31
38.	3	2	3	3	3	3	3	3	23
39.	3	3	3	3	3	4	3	3	25
40.	4	3	4	3	3	3	4	4	28
41.	4	4	4	4	3	3	4	4	30
42.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43.	3	3	4	4	4	4	4	4	30
44.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45.	3	3	3	3	3	4	2	2	23
46.	4	4	4	4	4	2	2	3	27
47.	1	3	1	3	4	2	1	4	19
48.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
49.	4	4	4	3	4	4	4	4	31
50.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51.	4	4	4	4	3	4	4	4	31
52.	4	4	3	4	4	4	4	3	30
53.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54.	4	3	4	4	3	4	4	4	30
55.	4	3	4	3	4	4	4	4	30
56.	4	3	4	4	4	3	3	3	28
57.	4	1	4	4	4	4	4	4	29
58.	4	3	3	3	3	3	3	3	25
59.	4	4	4	3	3	3	3	3	27
60.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61.	4	3	4	4	4	4	4	4	31
62.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64.	4	3	3	3	4	4	4	4	29
65.	4	3	3	3	4	4	4	4	29
66.	4	4	4	3	4	3	3	4	29
67.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68.	3	3	4	4	3	3	3	4	27
69.	3	4	4	4	4	4	4	4	31
70.	4	3	4	4	4	4	4	3	30
71.	4	3	4	3	4	4	4	4	30
72.	4	1	3	3	3	2	3	3	22
73.	4	4	3	4	3	4	4	4	30
74.	4	3	4	3	4	3	4	3	28

Responden	Repurchase Intention (Y)								Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
75.	3	4	3	4	3	4	3	4	28
76.	3	4	3	4	3	4	3	4	28
77.	3	4	3	4	3	4	4	4	29
78.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79.	4	4	4	4	4	4	3	4	31
80.	4	3	4	4	4	4	4	4	31
81.	4	3	3	4	4	4	4	4	30
82.	4	3	4	4	4	4	4	4	31
83.	4	3	3	4	4	4	4	4	30
84.	4	2	4	3	3	4	3	3	26
85.	4	3	4	4	4	4	3	4	30
86.	4	3	3	4	3	4	4	3	28
87.	3	2	4	4	4	3	4	3	27
88.	3	3	4	3	3	4	4	4	28
89.	4	3	4	4	4	3	4	4	30
90.	3	4	4	3	4	4	4	4	30
91.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92.	4	4	4	4	3	4	4	4	31
93.	4	3	4	4	4	4	4	4	31
94.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99.	4	4	3	3	3	4	4	4	29
100.	3	3	3	4	3	4	3	3	26

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Perceived ease of use

		Correlations								
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	total
x1.1	Pearson Correlation	1	.296**	.455**	.456**	.482**	.304**	.415**	.399**	.650**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.296**	1	.369**	.673**	.458**	.521**	.396**	.562**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.455**	.369**	1	.294**	.524**	.460**	.540**	.454**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.456**	.673**	.294**	1	.357**	.522**	.505**	.587**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.482**	.458**	.524**	.357**	1	.511**	.582**	.567**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.6	Pearson Correlation	.304**	.521**	.460**	.522**	.511**	1	.563**	.431**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.7	Pearson Correlation	.415**	.396**	.540**	.505**	.582**	.563**	1	.490**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.8	Pearson Correlation	.399**	.562**	.454**	.587**	.567**	.431**	.490**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.650**	.730**	.701**	.758**	.755**	.730**	.767**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.876	8
------	---

2. Perceived Usefulness

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.261**	.490**	.415**	.461**	.328**	.410**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.261**	1	.129	.229*	.360**	.159	.303**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.009		.202	.022	.000	.114	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.490**	.129	1	.508**	.498**	.434**	.416**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.202		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.415**	.229*	.508**	1	.632**	.600**	.283**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000		.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.461**	.360**	.498**	.632**	1	.407**	.324**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.328**	.159	.434**	.600**	.407**	1	.396**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.114	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.410**	.303**	.416**	.283**	.324**	.396**	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.004	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.697**	.506**	.741**	.764**	.768**	.680**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.812	7

3. Repurchase Intention

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.226*	.611**	.352**	.316**	.406**	.522**	.337**	.645**
	Sig. (2-tailed)		.024	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.226*	1	.354**	.449**	.355**	.486**	.361**	.369**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.024		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.611**	.354**	1	.501**	.403**	.425**	.529**	.467**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.352**	.449**	.501**	1	.507**	.500**	.468**	.438**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.316**	.355**	.403**	.507**	1	.451**	.449**	.416**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.406**	.486**	.425**	.500**	.451**	1	.536**	.415**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.522**	.361**	.529**	.468**	.449**	.536**	1	.561**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.337**	.369**	.467**	.438**	.416**	.415**	.561**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.645**	.667**	.743**	.730**	.683**	.753**	.775**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha | N of Items

.855	8
------	---

Lampiran 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi secara Parsial dan Simultan

A. X1 Terhadap Y secara parsial

Correlations

		VARIABEL X1	VARIABEL Y
VARIABEL X1	Pearson Correlation	1	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
VARIABEL Y	Pearson Correlation	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

B. X2 Terhadap Y

Correlations

		VARIABEL X2	VARIABEL Y
VARIABEL X2	Pearson Correlation	1	.856**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
VARIABEL Y	Pearson Correlation	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

C. X1 dan X2 Terhadap Y Secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.733	.727	1.813

a. Predictors: (Constant), VARIABEL X2, VARIABEL X1

Lampiran 7. Hasil Uji T (Parsial) dan Uji F (Simultan)

a. Hasil uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.010	1.773		.569	.570
	VARIABEL X1	.012	.098	.011	.124	.902
	VARIABEL X2	1.072	.110	.847	9.720	.000

a. Dependent Variable: VARIABEL Y

X1 tidak signifikan karena $0,902 > 0,05$

b. Hasil uji Hipotesis Silmutan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	873.998	2	436.999	132.917	.000 ^b
	Residual	318.912	97	3.288		
	Total	1192.910	99			

a. Dependent Variable: VARIABEL Y

b. Predictors: (Constant), VARIABEL X2, VARIABEL X1

Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Data Pribadi

Nama : Muhammad Fakhri Ardiansyah
NPM : 21160000097
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 20 April 1998
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Printis (karbela), No:16, RT.13/02, Kelurahan.
Karet, Kecamatan. Setiabudi, Jakarta selatan, 12920
Telepon : 085892172542
Email : fakriardiansyah6@gmail.com

Pendidikan Formal

SDS Laboratoruim PGSD : Lulus Tahun 2010
SMPN 38 Jakarta : Lulus Tahun 2013
SMAN 25 Jakarta : Lulus Tahun 2016
STIE Indonesia, Jakarta : Lulus Tahun 2021