

**ANALISIS REGRESI PROBIT UNTUK MENENTUKAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN BERBELANJA *ONLINE*
DI KALANGAN MAHASISWA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
di Jurusan Matematika pada Fakultas MIPA**

Oleh :

DWI FADILLA

08011181722021



**JURUSAN MATEMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS REGRESI PROBIT UNTUK MENENTUKAN FAKTOR-- FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN BERBELANJA *ONLINE*
DI KALANGAN MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
di Jurusan Matematika pada Fakultas MIPA

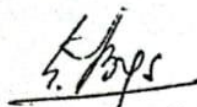
Oleh

DWI FADILLA

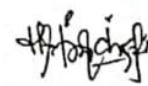
NIM.08011181722021

Indralaya, Maret 2021

Pembimbing Pendamping


Dr. Bambang Suprihatin, M.Si
NIP.197101261994121001

Pembimbing Utama


Dr. Dian Cahyawati S., M.Si
NIP.197303212000122001

Mengetahui
Ketua Jurusan Matematika

Drs. Sugandi Yahdin, M.M
NIP.195807271986031003

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ **ALLAH SWT**
- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Keluarga Besar**
- ❖ **Semua Guru dan Dosen**
- ❖ **Sahabat**
- ❖ **Almamaterku**

“If you think you can do it, you can” – John Burroughs

“What you do today can describe your tomorrow” – Ralph Marston

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Regresi Probit untuk Menentukan Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Berbelanja *Online* di Kalangan Mahasiswa”. Shalawat dan salam semoga senantiasa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu ‘alaihi wa sallam* beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Program Studi Matematika di Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sriwijaya serta sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

Dengan penuh rasa hormat, cinta dan kasih, penulis ingin mengucapkan terimakasih dan mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua, Bapak **Poniardi** dan Ibu **Sri Eviana** atas segala limpahan kasih sayang, dukungan, serta doa yang tak pernah berhenti. Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak **Drs. Sugandi Yahdin, M.M** selaku Ketua Jurusan Matematika FMIPA Universitas Sriwijaya
2. Ibu **Des Alwine Zayanti, M.Si** selaku Sekretaris Jurusan Matematika FMIPA Universitas Sriwijaya

3. Ibu **Dr. Dian Cahyawati Sukanda, M.Si** selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, saran, nasehat, serta motivasi untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi.
4. Bapak **Dr. Bambang Suprihatin, M.Si** selaku Dosen Pembimbing Pendamping dan Dosen Pembimbing Akademik yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran, nasehat, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
5. Ibu **Dra. Ning Eliyati, M.Pd**, Ibu **Dr. Yuli Andriani, M.Si**, dan Ibu **Oki Dwipurwani, M.Si** selaku Dosen Pembahas yang telah bersedia memberikan tanggapan dan saran yang bermanfaat untuk perbaikan dan penyelesaian skripsi.
6. Seluruh **Dosen** dan **Staf** di Jurusan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sriwijaya atas segala ilmu, nasehat dan motivasi kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Keluarga besarku dan saudara atas dukungan dan doa yang selalu tercurahkan untuk penulis.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan **Muflhika Amini, Filda Efriliyanti, Mila Apriliyanti, Monica Defriani, Rian Setia Budi, Deasty Jesica, Oktanza Tyara D H, Annisa Nabilah, Fathonah Nur M** dan Seluruh Teman-Teman Angkatan **2017** yang senantiasa membantu, menyemangati serta menghibur selama kuliah.
9. Sahabat-sahabat yang telah memberikan banyak dukungan **Humalya Damanik, Demsi Aningsah, Nova Arsella, Anang Pranata, Lana Ladibsa** dan **Rahmat Arpandi**.
10. Kakak-kakak tingkat **Firdaus, Novika Eka Putri** Angkatan **2015** dan **Syntia Elvina, Annisa Nabilla, Eling Meyana Dewi** angkatan **2016**.

11. Bapak **Irwansyah** dan Ibu **Hamidah** yang telah banyak membantu dalam proses administrasi.
12. Responden yang telah membantu jalannya penelitian dengan mengisi kuesioner.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis sadar akan banyaknya kekurangan dalam skripsi ini oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang bermanfaat dan semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi banyak pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Indralaya, Maret 2021



Penulis

**PROBIT REGRESSION ANALYSIS TO DETERMINE THE FACTORS
AFFECTING ONLINE SHOPPING LOYALTY
AMONG COLLEGE STUDENTS**

**DWI FADILLA
08011181722021**

ABSTRACT

The aim of this research is to develop the model probit regression to gain factors that influence factors of consumers loyalty on online shopping among students. Population of this research is 1767 active students FMIPA UNSRI academic years 2017, 2018 and 2019. By using sampling technique Proportional Random's Sampling we obtain the sample size of 326 students. The analyzed data is the respondents perception of activity levels aim towards online shopping loyalty. The analysis produces the best probit regression model namely $P(Y = 1) = \Phi(-6,34 + 0,84X_1 + 0,55X_2 + 0,59 X_3)$ with significant predictor are Price (X_1), Service Quality (X_2) and Product Quality (X_3). The model is statistically significant at $\alpha = 5\%$ using statistic tests AIC and G^2 . The model has accuracy level of classification of prediction of 77.91%, therefore the model is good enough to explain the influence factors of consumers loyalty on online shopping among students.

Keywords: Online shopping, consumer loyalty, probit regression, prediction accuracy

**ANALISIS REGRESI PROBIT UNTUK MENENTUKAN FAKTOR– FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KESETIAAN BERBELANJA *ONLINE*
DI KALANGAN MAHASISWA**

DWI FADILLA

08011181722021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengembangkan model regresi probit untuk mendapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa. Populasi penelitian ini adalah 1767 mahasiswa aktif FMIPA UNSRI tahun angkatan 2017, 2018 dan 2019. Menggunakan teknik *sampling Proportional Random Sampling* diperoleh sampel sebanyak 326 mahasiswa. Data yang dianalisis adalah persepsi responden tentang tingkat kesetiaan terhadap kesetiaan berbelanja *online*. Dari analisis tersebut dihasilkan model regresi probit terbaik yaitu $P(Y = 1) = \Phi(-6,34 + 0,84X_1 + 0,55X_2 + 0,59 X_3)$ dengan variabel prediktor yang signifikan adalah Harga (X_1), Kualitas Layanan (X_2) dan Kualitas Produk (X_3). Model tersebut signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ menggunakan statistik uji AIC dan G^2 . Model yang diperoleh memiliki tingkat ketepatan klasifikasi hasil prediksi sebesar 77,91% artinya model sudah cukup baik untuk menjelaskan faktor-faktor kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Belanja *online*, kesetiaan konsumen, regresi probit, ketepatan prediksi

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRACT..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan | 6 |
| 1.5 Manfaat | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Analisis Regresi Linier dan Regresi Probit | 7 |
| 2.1.1 Analisis Regresi Linier | 7 |

| | | |
|-------|---|----|
| 2.1.2 | Analisis Regresi Probit | 9 |
| 2.1.3 | Pendugaan Parameter Regresi Probit | 9 |
| 2.2 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 11 |
| 2.2.1 | Uji Validitas | 11 |
| 2.2.2 | Uji Reliabilitas | 12 |
| 2.3 | Uji Multikolinieritas | 13 |
| 2.4 | Pengujian Model Regresi..... | 15 |
| 2.4.1 | Uji Simultan | 15 |
| 2.4.2 | Uji Parsial | 16 |
| 2.5 | Pemilihan Model Regresi Terbaik | 16 |
| 2.6 | Ketepatan Klasifikasi..... | 17 |
| 2.7 | Belanja <i>Online</i> | 18 |
| 2.8 | Perilaku Berbelanja <i>Online</i> di Kalangan Mahasiswa | 20 |
| 2.9 | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Berbelanja <i>Online</i> | 21 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | | |
|-------|---|----|
| 3.1 | Tempat Penelitian | 23 |
| 3.2 | Waktu Penelitian | 23 |
| 3.3 | Metode Penelitian | 23 |
| 3.3.1 | Populasi dan Sampel | 23 |
| 3.3.2 | Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| 3.3.3 | Variabel Penelitian | 26 |

| | | |
|------------------------------------|---|-----------|
| 3.3.4 | Teknik Analisis Data | 27 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Deskripsi Data | 31 |
| 4.1.1 | Deskripsi Responden..... | 31 |
| 4.1.2 | Deskripsi Variabel Penelitian..... | 34 |
| 4.2 | Uji Multikolinieritas Variabel Pembentuk Kesetiaan Berbelanja <i>Online</i> | 34 |
| 4.3 | Model Regresi Probit Kesetiaan Berbelanja <i>Online</i> | 35 |
| 4.4 | Uji Signifikansi Model Kesetiaan Berbelanja <i>Online</i> | 37 |
| 4.4.1 | Uji Simultan | 37 |
| 4.4.2 | Uji Parsial..... | 38 |
| 4.5 | Pemilihan Model Terbaik Kesetiaan Berbelanja <i>Online</i> | 39 |
| 4.6 | Tingkat Ketepatan Klasifikasi Model Probit | 45 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan | 47 |
| 5.2 | Saran | 47 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 49 |
| LAMPIRAN | | 55 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Ketepatan Klasifikasi | 18 |
| Tabel 3.1 Populasi Penelitian | 23 |
| Tabel 3.2 Ukuran Sampel Penelitian untuk setiap Jurusan | 25 |
| Tabel 3.3 Indikator Pembentuk Variabel Penelitian | 26 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Item Kuesioner | 27 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner | 29 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden | 31 |
| Tabel 4.2 Statistik Deskriptif | 33 |
| Tabel 4.3 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF | 35 |
| Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Prediktor | 36 |
| Tabel 4.5 Nilai Statistik Uji Wald | 39 |
| Tabel 4.6 Nilai AIC untuk setiap Model | 40 |
| Tabel 4.7 Nilai Parameter Model Terbaik | 41 |
| Tabel 4.8 Uji Simultan dan Uji Parsial Model Terbaik | 43 |
| Tabel 4.9 Ketepatan Klasifikasi Data <i>Training</i> | 45 |
| Tabel 4.10 Ketepatan Klasifikasi Data <i>Testing</i> | 46 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 31 |
| Gambar 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 31 |
| Gambar 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Tempat Tinggal | 32 |
| Gambar 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan..... | 32 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 55 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian..... | 60 |
| Lampiran 3 <i>Output</i> StataE16 Model Awal Probit untuk Kesetiaan Konsumen..... | 65 |
| Lampiran 4 <i>Output</i> StataE16 Model Probit untuk Kesetiaan Konsumen tanpa Prediktor (Model Null)..... | 66 |
| Lampiran 5 <i>Output</i> StataE16 Model Probit Terbaik untuk Kesetiaan Konsumen..... | 67 |
| Lampiran 6 Ketepatan Klasifikasi Data <i>Training</i> | 68 |
| Lampiran 7 Ketepatan Klasifikasi Data <i>Testing</i> | 77 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Analisis regresi merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengkaji hubungan antara variabel respon yang dipengaruhi oleh variabel prediktor (Yuliara, 2016). Analisis regresi berdasarkan bentuknya dibagi menjadi dua yaitu linier dan non-linier. Regresi linier adalah alat statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau lebih variabel prediktor terhadap satu variabel respon. Regresi linier membentuk hubungan antara variabel prediktor terhadap variabel respon yang fungsinya berbentuk linier (Sofita *et al.* 2015). Regresi non linier adalah salah satu bentuk analisis regresi dimana data observasi dimodelkan oleh suatu fungsi yang merupakan kombinasi non-linier dari parameter model dan bergantung pada satu atau lebih variabel prediktor.

Variabel respon pada regresi linier harus bersifat kuantitatif dengan skala pengukuran minimal adalah interval. Peubah respon juga diasumsikan berdistribusi normal dengan ragam yang homogen. Bila variabel respon tidak lagi bersifat kuantitatif melainkan bersifat kategorik yang hanya terdiri dari beberapa nilai maka regresi linier klasik tidak dapat digunakan. Salah satu model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis variabel respon berskala biner adalah model probit (Kismiantini, 2007).

Regresi probit dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah peubah respon kategorik (misalnya biner) dengan menggunakan fungsi penghubung (*link function*) tertentu. *Link function* berfungsi untuk menganalisa hubungan antara peubah respon kategorik dengan satu atau lebih peubah prediktor (Kismiantini, 2007). Regresi probit memiliki karakteristik yang hampir sama dengan regresi logistik. Salah satu perbedaan keduanya terletak pada *link function* yang digunakan. Regresi probit menggunakan *link function* distribusi normal, sedangkan regresi logistik menggunakan *link function* distribusi logistik. Salah satu kelebihan menggunakan regresi probit adalah nilai-nilai yang diperoleh dari pencocokan model langsung dapat diubah menjadi probabilitas dengan menggunakan tabel distribusi peluang normal baku (Suratni, 2018). Dengan demikian dapat diperoleh nilai peluang untuk variabel respon pada kategorik tertentu.

Regresi probit merupakan salah satu metode yang sering digunakan untuk berbagai macam penelitian di banyak bidang, salah satunya bidang penjualan dan pemasaran. Saat ini bidang penjualan telah berkembang dengan pesat sesuai kemajuan teknologi dan informasi. Salah satu penelitian di bidang penjualan dengan menggunakan regresi probit pernah dilakukan oleh Sari *et al.* (2020) yang meneliti tentang persepsi konsumen perkotaan terhadap beras lokal kalimantan barat. Penelitian tersebut menggunakan kuesioner sebagai alat ukur penelitian, namun hasil penelitian tidak menampilkan model probit melainkan hanya mengidentifikasi variabel prediktornya.

Perkembangan teknologi yang telah tumbuh pesat mengakibatkan penggunaan teknologi meningkat tajam, seperti kemajuan teknologi *gadget* yang memudahkan

kita untuk berkomunikasi dan melakukan berbagai aktivitas. Seiring perkembangan internet yang sangat pesat sejak kemunculannya, sekarang banyak bermunculan situs-situs *online shop*, *blog-blog online* ataupun situs komunitas yang tidak hanya sebagai situs pertemanan tetapi juga menawarkan forum jual beli yang menyediakan segala pernik-pernik kebutuhan (Suhartini & Rahardjo, 2011), misalnya belanja *online* yang merupakan kegiatan pembelian barang atau jasa melalui media internet. Pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang atau jasa yang hendak dibeli melalui situs yang dipromosikan oleh penjual (Indrajaya, 2016).

Adanya toko *online*, kegiatan membeli suatu produk ternyata mempengaruhi sikap atau perilaku seorang konsumen. Konsumen memiliki perilaku yang sangat beragam dalam hal mengambil keputusan pembelian, sehingga pemilik toko *online* dituntut untuk memahami perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian. Proses pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua kelompok faktor, yaitu faktor eksternal yang berasal dari penjual dan faktor internal seperti motif, emosi, dan faktor psikologis lainnya (Harahap, 2018). Penelitian mengenai perilaku belanja *online* pernah dilakukan Harahap (2018), penelitian tersebut menghasilkan adanya faktor utama yang mempengaruhi konsumen belanja di toko *online* antara lain kepercayaan, harga, kenyamanan, kemudahan dan ketersediaan.

Maraknya belanja *online* umumnya bukan didasarkan karena kebutuhan, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup. Salah satu konsumen yang sering melakukan belanja *online* adalah mahasiswa. Penelitian tentang belanja *online* di kalangan mahasiswa pernah dilakukan oleh Nurhayati (2017) dengan menggunakan

pendekatan penelitian kualitatif deskriptif yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian lain tentang belanja *online* juga pernah dilakukan Rosyihuddin (2020), penelitian tersebut mengamati tentang pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas dan Kepuasan Konsumen. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa faktor Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas dan Kepuasan Konsumen.

Seiring dengan meningkatnya jumlah toko *online* dan pemanfaatan media sosial yang dijadikan sarana untuk melakukan pemasaran, menyebabkan persaingan antara pebisnis *online* semakin meningkat dalam hal menarik perhatian para konsumen. Mengerti dan memahami tentang keinginan para konsumennya yang beragam adalah hal yang harus dilakukan pelaku usaha agar usaha yang dijalaninya bisa terus tumbuh dan berkembang. Pebisnis *online* harus memiliki dan melakukan strategi yang tepat sehingga dapat membuat para pengguna internet tertarik untuk melakukan pembelian *online* dan dapat mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki. Loo (2006) pernah melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan konsumen dalam membeli produk di website *online* kaskus. Penelitian tersebut menghasilkan empat faktor utama yang mempengaruhi kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan konsumen yaitu *user interface quality*, *perceived privacy* dan *e-customer trust*. Penelitian lain tentang kesetiaan konsumen dalam berbelanja *online* juga pernah dilakukan oleh Ayu dan Sulistyawati (2018), penelitian tersebut menemukan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan konsumen dalam berbelanja *online* adalah Kualitas Layanan.

Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi pembelian produk secara *online* maka pada penelitian ini dilakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa dengan menggunakan metode regresi probit.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana mengembangkan model regresi probit untuk kasus kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa.
2. Berapa besar tingkat ketepatan model dalam memprediksi peluang kategori kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor yang diamati hanya faktor eksternal yaitu Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Penawaran Diskon dan Penawaran *Cashback*.
2. Sampel yang diamati adalah mahasiswa aktif FMIPA UNSRI angkatan 2017-2019.
3. Model yang dibentuk tidak memperhatikan *start up*, nama toko dan jenis produk yang dibeli dengan asumsi bahwa tidak ada perbedaan persepsi antara responden.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mendapatkan model regresi probit untuk kasus kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa.
2. Mengetahui tingkat ketepatan model dalam memprediksi peluang kategori kesetiaan berbelanja *online* di kalangan mahasiswa.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Menambah wawasan keilmuan dalam pengembangan dan penerapan regresi probit.
2. Memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan untuk menarik atau mempertahankan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah, J. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(2), 84670.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019a). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. Retrieved from [https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones/jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje Perspectiva alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379_Los_estudios_sobre_el_cambio_conceptual_](https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones/jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje_Perspectiva_alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379_Los_estudios_sobre_el_cambio_conceptual_)
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019b). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Anita, J., Aziz, N., & Yunus, M. (2013). Pengaruh Penempatan Dan Beban Kerja Terhadap Motivasi Kerja Dan Dampaknya Pada Prestasi Kerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Dan Mobilitas Penduduk Aceh. *Manajemen*, 2(1), 67–77.
- Astari, N. M. M., Suciptawati, N. L. P., & Sukarsa, I. K. G. (2014). Penerapan Metode Bootstrap Residual Dalam Mengatasi Bias Pada Penduga Parameter Analisis Regresi. *E-Jurnal Matematika*, 3(4), 130. <https://doi.org/10.24843/mtk.2014.v03.i04.p075>
- Ayu, D. P., & Sulistyawati, E. (2018). Persepsi Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh

- Kepercayaan Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Zalora Online Shop). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2353.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p02>
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18. Retrieved from <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Bashir, S., Anwar, S., Awan, Z., Qureshi, T. W., & Memon, A. B. (2018). A holistic understanding of the prospects of financial loss to enhance shopper's trust to search, recommend, speak positive and frequently visit an online shop. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42(August 2017), 169–174.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.02.004>
- Damayanti, R.A, Muniroh, L, F. (2016). Pemberian Asi Eksklusif Pada Balita Stunting Dan NonStunting. *Media Gizi Indonesia*, 11(1), 61–69.
- Dewanti, C., Ratnasari, V., & Rumiati, T. (2019). Pemodelan Faktor-faktor yang Memengaruhi Status Balita Stunting di Provinsi Jawa Timur Menggunakan Regresi Probit Biner. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 8(2).
- Hallak, J. C. (2006). Product quality and the direction of trade. *Journal of International Economics*, 68(1), 238–265.
<https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2005.04.001>
- Haloho, O., Sembiring, P., & Manurung, A. (2013). *Penerapan Analisis Regresi Logistik Pada Pemakaian Alat Kontrasepsi wanita*. 1(1), 51–61.
- Hansen, M. S., Andersen, A., Tolbod, L. P., Hansson, N. H., Nielsen, R., Vonk-

- Noordegraaf, A., & Nielsen-Kudsk, J. E. (2018). Applied Regression Analysis: A Research Tool, Second Edition. In *Pulmonary Circulation* (Vol. 8). <https://doi.org/10.1177/2045893217743122>
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Indrajaya, S. (2016). Analisa pengaruh kemudahan belanja, kualitas produk belanja di toko online. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial, Jilid 5, N*, 134–141.
- Jufrizen, Fahmi, & Andi. (2018). Peran Kepercayaan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Website Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop. *Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah*, 2, 121–130. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1477534>
- Kismiantini. (2007). Analisis Peubah Respon Biner. *Pythagoras: Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 63–77. <https://doi.org/10.21831/pg.v3i1.643>
- Loo, R. (2006). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan , Kepercayaan , dan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Produk di Website Online Kaskus. *Economy*, 2, 1–7.
- Malldina, T., Tantular, B., Faidah, D. Y., & Darmawan, G. (2016). Analisis Regresi Probit Untuk Menentukan Peluang Kemenangan Pemain Dalam Permainan Age of Empire 2. *Prosiding Seminar Nasional MIPA 2016*, 17–20.
- Netemeyer, G. (2008). Price Perceptions and Consumer Shopping. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 234–245.
- Nurhayati. (2017). Belanja “Online” sebagai cara Belanja di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh ,Lhokseumawe, Aceh). *Aceh*

Anthropological Journal, 1(2), 1–22. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/60878/3/BAB I.pdf>

Pradnyantari, N. G. K. T., Sukarsa, I. K. G., & Suciptawati, N. L. P. (2015). Penerapan Regresi Probit Bivariat untuk Menduga Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kelulusan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Udayana). *E-Jurnal Matematika*, 4(2), 49. <https://doi.org/10.24843/mtk.2015.v04.i02.p088>

Purnamasari, I.G.A Yulia, 2015. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12.

Putra, N. I., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh Diskon dan Pemberian Hadiah Terhadap Pembelian Impulsif Pada Fashion Retail Matahari Department Store di Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(4), 1–9.

Rachman, F., & Purnama, S. W. (2012). Perbandingan Klasifikasi Tingkat Keganasan Breast Cancer Dengan Menggunakan Regresi Logistik Ordinal Dan Support Vector Machine (SVM). *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 1(1), 130–135.

Rosyihuddin, M. (2020). Kualitas Produk, Harga Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pengguna Tokopedia Di Kabupaten Gresik. *Manajerial*, 7(01), 19. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v7i01.1067>

Sains, J. P., & Hanum, H. (2011). *Perbandingan Metode Stepwise , Best Subset Regression , dan Fraksi dalam Pemilihan Model Regresi Berganda Terbaik*. 14, 1–6.

Saragih, H., & Ramdhany, R. (2013). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (Fjb)

- Kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100. <https://doi.org/10.21609/jsi.v8i2.331>
- Sari, S. P., Ekonomi, F., & Tanjungpura, U. (2020). *Determinan Impulse Buying pada Supermarket Islami*. 7, 208–404.
- Sofita, D., Yuniarti, D., & Goejantoro, R. (2015). *Analisis Regresi Eksponensial (Studi Kasus : Data Jumlah Penduduk dan Kelahiran di Kalimantan pada Tahun 1992-2013)*. 6(1), 64.
- Sri Nawangsari¹), Y. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLK.Store). In *Jembatan* (Vol. 15). <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1), 18. <https://doi.org/10.35799/jis.18.1.2018.19396>
- Suhartini, & Rahardjo, S. T. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang. *Jurnal Manajemen*, 1–32.
- Suratni, T. (2018). *Model Probability Unit (Probit) Pinjaman Mikro Terhadap Kemiskinan Rumah Tangga Di*. 11(1), 1–18.
- Tinungki, G. M. (2010). Aplikasi Model Regresi Logit dan Probit pada Data Kategorik. *Jurnal Matematika, Statistika & Komputasi*, 6(2), 107–114.
- Us, C. A., Posokhow, B., Francisco, S., Us, C. A., Ellis, M., Francisco, S., ... Scheck, D. M. (2010). *United States Patent*. 12(12), 21.

- Vanam P, Lambrecht, A and Bertini, M. (2018). Discount Rate. *Journal of Marketing Research*, 55, 39. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Wardhana, A., & Pradana, M. (2016). *Viral Marketing Determinants of Top Online Shop Brands in Indonesia 1*. 32(1), 25–30.
- Wu, M.-Y., & Tseng, L.-H. (2014). Customer Satisfaction and Loyalty in an Online Shop: An Experiential Marketing Perspective. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 104–115. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n1p104>
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linier Sederhana. *Fisika*, 7–41.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>