

**STUDI PERBEDAAN USER SATISFACTION TERHADAP
SISTEM PENJUALAN TIKET ONLINE ANTARA PASAR
PRIMER DAN PASAR SEKUNDER SERTA PENGARUHNYA
TERHADAP MINAT BELI TIKET KONSER MUSIK
INTERNASIONAL**

Shintya Lestari

NIM: 2022071115

TESIS Program Magister Manajemen Eksekutif Muda
Angkatan 27



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN PPM

JAKARTA

2024

**STUDI PERBEDAAN USER SATISFACTION TERHADAP
SISTEM PENJUALAN TIKET ONLINE ANTARA PASAR
PRIMER DAN PASAR SEKUNDER SERTA PENGARUHNYA
TERHADAP MINAT BELI TIKET KONSER MUSIK
INTERNASIONAL**

Shintya Lestari
NIM: 2022071115

TESIS Program Magister Manajemen Eksekutif Muda
Angkatan 27



**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN PPM
JAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Shintya Lestari
NIM : 2022071115
Program Studi : Magister Manajemen Eksekutif Muda Angkatan 27
Judul Tesis : Studi Perbedaan User Satisfaction Terhadap Sistem Penjualan Tiket Online Antara Pasar Primer Dan Pasar Sekunder Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Tiket Konser Musik Internasional

Yang telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Eksekutif Muda Angkatan 27 Sekolah Tinggi Manajemen PPM.

Disetujui oleh:

DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama : Prof. Dr. Muljani A. Nurhadi, M.S., M.Ed.
Tim Penguji : 1. Widyarso Roswinanto, M.M., M.B.A., Ph.D.
2. Dr. Budi Aryani, S.E., M.M., CPM (ASIA).

Diketahui oleh:

Ketua Pasca Sarjana

Ketua Sekolah Tinggi
Manajemen PPM

Dr. Diyah Dumasari Siregar,
S.T., M.M.

AC Mahendra K. Datu, B.A.,
M.A., Ph.D

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : November 2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Merujuk pada Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 17 Tahun 2010 Tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi, Saya Shintya Lestari secara tegas dan jujur menyatakan bahwa dalam tesis berjudul:

STUDI PERBEDAAN USER SATISFACTION TERHADAP SISTEM PENJUALAN TIKET ONLINE ANTARA PASAR PRIMER DAN PASAR SEKUNDER SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI TIKET KONSER MUSIK INTERNASIONAL

Saya tidak,

- a. mengacu dan/atau mengutip istilah, kata-kata dan/atau kalimat, data dan/atau informasi dari suatu sumber tanpa menyebutkan sumber dalam catatan kutipan, dan/atau tanpa menyatakan sumber secara memadai,
- b. mengacu dan/atau mengutip secara acak istilah, kata-kata dan/atau kalimat, data dan/atau informasi dari suatu sumber tanpa menyebutkan sumber dalam catatan kutipan, dan/atau tanpa menyatakan sumber secara memadai,
- c. menggunakan sumber gagasan, pendapat, pandangan, atau teori tanpa menyatakan sumber secara memadai,
- d. merumuskan dengan kata-kata dan/atau kalimat dari sumber kata-kata dan/atau kalimat, pendapat, pandangan, atau teori tanpa menyatakan sumber secara memadai,
- e. menyerahkan suatu karya ilmiah yang dihasilkan dan/atau telah dipublikasikan oleh pihak lain sebagai karya ilmiahnya tanpa menyatakan sumber yang memadai.

Bila kelak di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar, sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar sesuai ketentuan yang berlaku di Sekolah Tinggi Manajemen PPM.

Jakarta, 23 Oktober 2024



Shintya Lestari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala berkat dan rahmat-Nya maka segala proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan. Tesis dengan judul Studi Perbedaan User Satisfaction terhadap Sistem Penjualan Tiket Online Antara Pasar Primer Dan Pasar Sekunder Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Tiket Konser Musik Internasional ini ditujukan sebagai sumbangsih nyata bagi perkembangan ilmu manajemen, serta untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis guna memperoleh gelar Magister Manajemen di Sekolah Tinggi Manajemen PPM. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya karena bimbingan, bantuan dan doa dari segala pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Muljani A. Nurhadi, M.S., M.Ed. selaku dosen pembimbing tesis yang selalu mengarahkan dan memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran, menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga dapat terselesaikannya tesis ini.
2. Bapak Dr. Noveri Maulan, S.I.Kom., M.M , Bapak Widyarso Roswinanto, M.M., M.B.A., Ph.D serta Ibu Dr. Budi Aryani, S.E., M.M., CPM (ASIA) selaku Dosen Penguji yang banyak memberikan arahan dan masukan saat sidang proposal maupun sidang Tesis, sehingga tesis ini tersusun dengan lebih baik.
3. Bapak AC Mahendra K. Datu, B.A., M.A., Ph.D selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen PPM.
4. Ibu Dr. Diah Dumasari Siregar, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi manajemen PPM.
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat setiap waktu kepada Peneliti.
6. Seluruh dosen dan pengajar serta staf di Sekolah Tinggi Manajemen PPM yang banyak memberi ilmu dan pencerahan kepada kami.
7. Rekan-rekan Program EM 27 yang saling memberikan dukungan dan semangat sehingga tesis ini dapat kami selesaikan dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan tesis ini. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun dapat disampaikan untuk kesempurnaan tesis ini. Penulis sangat mengharapkan agar tesis ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 23 Oktober 2024

Hormat Kami,

Shintya Lestari

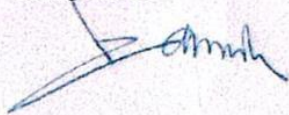
**SURAT PERNYATAAN
KESESUAIAN KARYA ILMIAH DENGAN TUGAS AKHIR**

Nama	: Shintya Lestari
NIM	: 2022071115
Program	: Eksekutif
Muda	
Angkatan	: 27
Judul Tugas Akhir	: Studi Perbedaan User Satisfaction Terhadap Sistem Penjualan Tiket Online Antara Pasar Primer & Pasar Sekunder Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Tiket Konser Musik Internasional
Judul Karya Ilmiah	: Studi Perbedaan User Satisfaction Terhadap Sistem Penjualan Tiket Online Antara Pasar Primer & Pasar Sekunder Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Tiket Konser Musik Internasional
Jurnal tujuan/ Penerbit	: Jurnal Universitas Tarumanegara

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya publikasikan sesuai dengan judul tugas akhir saya dan belum pernah dipublikasikan. Semua sumber data dan informasi yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah ini telah dinyatakan dengan jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

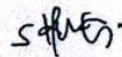
Bila di kemudian hari ditemukan fakta yang berbeda dengan pernyataan di atas maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Sekolah Tinggi Manajemen PPM (pencabutan gelar).

Mengetahui



(Prof. Dr. Muljani A. Nurhadi, M.S., M.Ed.)
Dosen Pembimbing

Jakarta, Agustus 2024
Yang menyatakan



(Shintya Lestari)
Mahasiswa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shintya Lestari
NIM : 2022071115
Program Studi : Magister Management
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Manajemen PPM, **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Nonexclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STUDI PERBEDAAN USER SATISFACTION TERHADAP SISTEM
PENJUALAN TIKET ONLINE ANTARA PASAR PRIMER DAN PASAR
SEKUNDER SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI TIKET
KONSER MUSIK INTERNASIONAL**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Manajemen PPM berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Shintya Lestari

ABSTRACT

The rising demand for live entertainment, including music concerts, cinema, and sports events in Indonesia, has driven the growth of online ticketing systems. This study explores user satisfaction differences between primary and secondary online ticketing markets and examines the impact of service quality on user satisfaction and purchase intention for international concert tickets. The research focuses on four key service quality dimensions: user-friendliness, infrastructure, security, and customer technical support. A cross-sectional survey method with purposive sampling was employed, gathering data from 274 respondents in the Greater Jakarta area who had experience using online ticketing platforms. Data were collected via a structured Google Forms questionnaire distributed by email from April to July 2024. The findings were analyzed using descriptive analysis, difference testing, and regression through SPSS.

The results reveal significant differences in user satisfaction regarding infrastructure, security, and technical support between the two markets. In the secondary market, these sub-dimensions were rated very good, while in the primary market, they were rated good. However, no differences were observed in user-friendliness, which was rated very good in both markets. The study confirms that service quality positively and significantly affects user satisfaction, which subsequently influences purchase intention. Interestingly, the type of market does not have a significant direct effect on user satisfaction.

These findings provide insights into improving service quality in online ticketing systems to enhance user satisfaction and encourage ticket purchases, particularly for international concerts.

Keywords: Concert, Primary Market, Secondary Market, Service Quality, Purchase Intention, User Satisfaction

ABSTRAK

Permintaan terhadap hiburan langsung, seperti konser musik, bioskop, dan acara olahraga di Indonesia, terus meningkat, sehingga mendorong pertumbuhan sistem tiket online. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perbedaan kepuasan pengguna antara pasar tiket online primer dan sekunder serta menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dan niat pembelian tiket konser internasional. Penelitian ini berfokus pada empat dimensi utama kualitas layanan: kemudahan penggunaan, infrastruktur, keamanan, dan dukungan teknis pelanggan. Metode survei cross-sectional dengan teknik purposive sampling digunakan untuk mengumpulkan data dari 274 responden di wilayah Jabodetabek yang memiliki pengalaman menggunakan platform tiket online. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan Google Formulir yang didistribusikan melalui email pada April hingga Juli 2024. Hasil penelitian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji perbedaan, dan regresi melalui SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam kepuasan pengguna terkait infrastruktur, keamanan, dan dukungan teknis antara kedua pasar. Pada pasar sekunder, sub-dimensi tersebut dinilai sangat baik, sedangkan pada pasar primer hanya dinilai baik. Namun, tidak ditemukan perbedaan pada aspek kemudahan penggunaan, yang dinilai sama-sama sangat baik di kedua pasar. Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang pada akhirnya memengaruhi niat pembelian. Menariknya, jenis pasar tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini memberikan wawasan untuk meningkatkan kualitas layanan dalam sistem tiket online guna meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong pembelian tiket, khususnya untuk konser internasional.

Kata Kunci: Konser, Pasar Primer, Pasar Sekunder, Kualitas Layanan, Niat Pembelian, Kepuasan Pengguna

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	3
PERNYATAAN KEASLIAN.....	4
KATA PENGANTAR	5
SURAT PERNYATAAN KESESUAIAN KARYA ILMIAH DENGAN TUGAS AKHIR ...	6
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	7
ABSTRACT	8
ABSTRAK	9
Daftar Isi	10
Daftar Gambar	15
Daftar Tabel	16
BAB 1 PENDAHULUAN	19
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Batasan Penelitian.....	23
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.6 Sistematika Penulisan.....	24
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	26
2.1 Minat Beli Tiket Konser Live Music	26
2.2 User satisfaction Sistem Penjualan Tiket Online.....	27
2.2.1 Keramahan Pengguna.....	29
2.2.2 Infrastruktur	29
2.2.3 Keamanan.....	29
2.2.4 Dukungan Teknis Pelanggan	30
2.3 Kualitas Layanan Sistem Penjualan Tiket Online terhadap User satisfaction.....	31
2.4 Sistem Penjualan Ticket Online: Pasar Primer Versus Pasar Sekunder	32
2.5 Pengaruh Sistem Penjualan Tiket Online Melalui Pasar Primer atau Sekunder Terhadap <i>User satisfaction</i>	33

2.6 Pengaruh Jenis Pasar pada Kualitas Layanan terhadap User Satisfaction	34
2.7 Pengaruh User satisfaction Terhadap Minat Beli	35
2.8 Penelitian Terdahulu	36
2.9 Pengembangan Hipotesis	39
2.9.1 Pengaruh Keramahan Pengguna Terhadap <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online	39
2.9.2 Pengaruh Infrastruktur Terhadap <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online	39
2.9.3 Pengaruh Keamanan Terhadap <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online	39
2.9.4 Pengaruh Dukungan Teknis Pelanggan Terhadap <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online	40
2.9.5 Kualitas Layanan Sistem Penjualan Tiket Online di Pasar primer Terhadap <i>User satisfaction</i>	40
2.9.6 Kualitas Layanan Sistem Penjualan Tiket Online di Pasar Sekunder Terhadap <i>User satisfaction</i>	41
2.9.7 Jenis Pasar pada Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online	41
2.9.8 <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online Terhadap Minat Beli di Pasar Primer.....	41
2.9.9 <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online Terhadap Minat Beli di Pasar Sekunder.....	42
2.10 Kerangka Konseptual Penelitian	42
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
3.2 Waktu dan tempat penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Instrumen	46
3.4.2 Uji Validitas & Reabilitas Instrumen	54
3.5 Analisis Statistik Deskriptif	54

3.6 Analisis Statistik Inferensial.....	56
3.6.1. Uji Beda.....	56
3.6.2. Uji Pengaruh	59
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Uji Validitas & Reabilitas	64
4.1.1 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel Kualitas Layanan Sistem Penjualan Tiket Online	64
4.1.2 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel User satisfactionSistem Penjualan Tiket Online	65
4.1.3 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Variabel Minat Beli TiketKonser Musik	66
4.2 Analisis Deskriptif	67
4.2.1 Karakteristik Responden	68
4.2.2 Rentang Skala	72
4.2.3 Analisis Rerata Tertimbang	73
4.3 Uji Beda Kualitas Layanan pada Pasar Primer dan Pasar Sekunder	74
4.3.1 Uji Normalitas.....	75
4.3.2 Uji Homogenitas	75
4.3.3 Uji Independent t-test <i>user satisfaction</i> terhadap keramahan pengguna	76
4.3.4 Uji Independent T-Test <i>User satisfaction</i> Terhadap Infrastruktur	78
4.3.5 Uji Independent T-Test <i>User satisfaction</i> Terhadap Keamanan	79
4.3.6 Uji Independent T-Test <i>User satisfaction</i> Terhadap Dukungan Teknis Pelanggan.....	81
4.3.7 Uji T-Test Rata-rata Antar Dimensi	82
4.4 Uji Pengaruh.....	83
4.4.1 Uji Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Primer dan Sekunder	84
4.4.2 Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User</i> <i>satisfaction</i> di Pasar Primer.....	86

4.4.3 Uji Hipotesis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Sekunder	89
4.4.4 Uji Regresi Pengaruh Jenis Pasar sebagai Dummy Variabel pada Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i>	91
4.4.5 Uji Pengaruh <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online terhadap Minat Beli Tiket Konser Live Music di Pasar Primer dan Sekunder	95
4.4.6 Uji Hipotesis Pengaruh <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online terhadap Minat Beli Tiket Konser Live Music di Pasar Primer.....	98
4.4.7 Uji Hipotesis Pengaruh <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online terhadap Minat Beli Tiket Konser Live Music di Pasar Sekunder	100
4.5 Pembahasan	103
4.5.1 Perbedaan <i>User satisfaction</i> Terhadap Keramahan Pengguna	
4.5.2 Perbedaan <i>User satisfaction</i> Terhadap Infrastruktur	104
4.5.3 Perbedaan <i>User satisfaction</i> Terhadap Keamanan.....	105
4.5.4 Perbedaan <i>User satisfaction</i> Terhadap Dukungan Teknis Pelanggan.....	107
4.5.5 Kualitas Layanan Sistem Penjualan Tiket Online di Pasar primer Terhadap <i>User satisfaction</i>	109
4.5.6 Kualitas Layanan Sistem Penjualan Tiket Online di Pasar sekunder Terhadap <i>User satisfaction</i>	111
4.5.7 Jenis Pasar pada Kualitas Layanan terhadap <i>User Satisfaction</i>	113
4.5.8 <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online Terhadap Minat Beli di Pasar Primer.....	113
4.5.9 <i>User satisfaction</i> Sistem Penjualan Tiket Online Terhadap Minat Beli di Pasar Sekunder	115
BAB 5 KESIMPULAN & SARAN.....	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran	119
5.3 Implikasi Manajerial.....	119

5.4 Implikasi Teoritis.....	120
Daftar Pustaka	121

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Model Regresi Dummy Variable pada Kualitas Layanan Terhadap User Satisfaction	91
--	----

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Operasional Sub Variabel Keramahan Pengguna.....	44
Tabel 3.2 Operasional Sub Variabel Infrastruktur	45
Tabel 3.3 Operasional Sub Variabel Keamanan.....	46
Tabel 3.4 Operasional Sub Variabel Dukungan Teknis Pelanggan	47
Tabel 3.5 Operasional Variabel <i>User Satisfaction</i>	48
Tabel 3.6 Operasional Variabel Minat Beli.....	50
Tabel 4.1 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Layanan	61
Tabel 4.2 Tabel Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Layanan	62
Tabel 4.3 Tabel Uji Validitas Instrumen Variabel <i>User satisfaction</i>	63
Tabel 4.4 Tabel Uji Reliabilitas Instrumen Variabel <i>User satisfaction</i>	63
Tabel 4.5 Tabel Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Beli	63
Tabel 4.6 Tabel Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Minat Beli	64
Tabel 4.7 Statistika deskriptif.....	64
Tabel 4.8 Jenis Kelamin Responden.....	65
Tabel 4.9 Usia Responden	66
Tabel 4.10 Pendapatan Responden.....	67
Tabel 4.11 Pendapatan Responden.....	68
Tabel 4.12 Kriteria Rentang Skala.....	69
Tabel 4.13 Perbandingan Rentang Skala Kualitas Layanan	70
Tabel 4.14 Perbandingan Kualitas Layanan per Subvariabel pada Pasar Primer d Pasar Sekunder.....	72
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Normalitas pada Variabel Kualitas Layanan	73
Tabel 4.16 Uji Homogenitas	73
Tabel 4.17 Uji Indepent T-Test Keramahan Pengguna	74

Tabel 4.18 Tabel Perbedaan Nilai Mean pada Sub-Variabel keramahan	75
Tabel 4.19 Uji Independent T-Test <i>User satisfaction</i> Terhadap Infrastruktur	76
Tabel 4.20 Tabel Perbedaan Nilai Mean pada Sub-Variabel Infrastruktur	77
Tabel 4.21 Uji Independent T-Test <i>User satisfaction</i> Terhadap Keamanan .	77
Tabel 4.22 Tabel Perbedaan Nilai Mean pada Sub-Variabel Keamanan.....	78
Tabel 4.23 Uji Independent T-Test <i>User Satisfaction</i> terhadap Dukungan Teknis pelanggan	79
Tabel 4.24 Tabel Perbedaan Nilai Mean pada Sub-Variabel Dukungan Teknis	80
Tabel 4.25 Uji Normalitas Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i>	82
Tabel 4.26 Uji Normalitas Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i>	82
Tabel 4.27 Uji Heterokedastisitas Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Primer.....	83
Tabel 4.28 Uji Heterokedastisitas Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Sekunder.....	83
Tabel 4.29 Uji Multikolinearitas Kualitas Layanan terhadap <i>User</i> <i>satisfaction</i> di Pasar Primer	84
Tabel 4.30 Uji Multikolinearitas Kualitas Layanan terhadap <i>User</i> <i>satisfaction</i> di Pasar Sekunder	84
Tabel 4.31 Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Primer	85
Tabel 4.32 Uji Keberartian Model (Uji F) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Primer	86
Tabel 4.33 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Sekunder	86
Tabel 4.34 Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Sekunder... ..	87
Tabel 4.35 Uji Keberartian Model (Uji F) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Sekunder.....	88
Tabel 4.36 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>User satisfaction</i> di Pasar Sekunder	88

Tabel 4.37 Uji Normalitas Jenis Pasar pada Kualitas Layanan terhadap	90
Tabel 4.38 uji Heterokedastisitas Jenis Pasar pada Kualitas Layanan terhadap User Satisfaction	90
Tabel 4.39 Uji Multikolinearitas Kualitas Layanan terhadap User satisfaction di Pasar Primer	91
Tabel 4.40 Uji Keberartian Model (Uji F) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap User satisfaction di Pasar Sekunder.....	92
Tabel 4.41 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Jenis Pasar pada Kualitas Layanan terhadap User satisfaction	92
Tabel 4.42 Uji Normalitas User satisfaction terhadap Minat Beli.....	93
Tabel 4.43 Uji Heterokedastisitas User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Primer	94
Tabel 4.44 Uji Heterokedastisitas Kualitas Layanan terhadap User satisfaction di Pasar Sekunder	94
Tabel 4.45 Uji Multikolinearitas User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Primer.....	95
Tabel 4.46 Uji Multikolinearitas User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Sekunder.....	95
Tabel 4.47 Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Primer.....	96
Tabel 4.48 Uji Keberartian Model (Uji F) Pengaruh <i>User satisfaction</i> terhadap Minat Beli di Pasar Primer.....	97
Tabel 4.49 Uji Koefisien Determinasi Pengaruh User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Primer	98
Tabel 4.50 Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Sekunder	98
Tabel 4.51 Uji Keberartian Model (Uji F) Pengaruh User satisfaction terhadap Minat Beli di Pasar Sekunder	96

