

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., Putri, D. A., & Saputra, H. (2021). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(3), 101–110.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). *Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Marketplace Tiktokshop Produk Fashion pada Generasi Z*. *Jurnal Intekna*, 19(2), 115–120.
- Arfa. (2022). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Penerbit Akademik.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse*. *Jurnal Akmami (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(2), 204–219.
- Astuti, R., & Dewi, A. P. (2019). *The Influence of Consumer Reviews, Prices and Online Promotion on Product Purchase Decisions in Fashion Category in Tiktokshop*. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 2(1), 1–10.
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Modern: Studi Kasus pada Indomaret di Kecamatan Medan Denai Kota Medan*. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 35–42.
- Azizah, N. (2020). *Perilaku Belanja Online Mahasiswa di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 5(2), 45–56.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2009). *The Impact of Electronic Word-of-Mouth: The Adoption of Online Opinions in Online Customer Communities*. *Internet Research*, 19(3), 229–247.
- Darwipat, A., Nugroho, A., & Santoso, B. (2020). *Pengaruh Flash Sale dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 85–94.
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Medan*. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8*, 1–6.
- Elwalda, A., & Kingdom, U. (2016). *The Impact of Online Customer Reviews*

(OCRs) on Customers' Purchase Decision. *Journal of Customer Behaviour*, 44(0), 1–55.

Erlina, & Mulyani, S. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen)* (1st ed.). USU Press.

Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). *Peran Foto Produk, Online Customer Review, dan Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1).

Filieri, R., & McLeay, F. (2014). *E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors that Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. Journal of Travel Research*, 53(1), 44–57.

Gesitera, G. (2020). *Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. Jurnal Maksipreneur*, 9(2), 173–194.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (VII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan. Jurnal Teknik ITS*, 9(2), 234–239.

Hidayati, N. L. (2018). *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiktokshop di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.

Kanitra, A. R. (2018). *Pengaruh Country of Origin dan Online Consumer Review terhadap Trust dan Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(1), 64–73.

Karim, A. (2019). *Ekonomi Digital dan Perilaku Konsumen di Era Teknologi Informasi*. RajaGrafindo Persada.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kudin, I. K., Wahono, B., & Rahman, F. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada JD.ID*. *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 10(4), 77–92.

Lackermair, G., & others. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective*. *Economics and Business*, 1(1).

Latief, F., & Ayustira, N. (2020). *Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla*. *Jurnal Mirai Management*, 6(1), 139–154.

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 15–24.

Mu'nis, H., & Komaladewi, R. (2020). *Analisis Komparatif Online Customer Review dan Survey Customer Review Marketing Mix*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 15(3), 138–148.

Nainggolan, R., & Purba, E. (2019). *Perbaikan Performa Cluster K-Means Menggunakan Sum Squared Error (SSE) pada Analisis Online Customer Review terhadap Produk Toko Online*. *Jurnal TIMES*, 8(2), 1–8.

Nastiti, D., & Nugroho, A. (2020). *Pengaruh Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Online*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 123–132.

Nikolaus. (2019). *Metodologi Penelitian dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Akademik.

Rachmawati. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Tiktokshop*. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 3(1), 1617–1625.

Rakhma, A. F., Pardiman, & Hatneny, A. I. (2020). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Tiktokshop*. *Jurnal Riset Manajemen*, 115–125.

Rohmah, M. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Jual Beli Online Elevenia*. *Jurnal*

Online Mahasiswa, 5, 1–13.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.

Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Soewito, Y. (2013). *Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. *Jurnal EMBA*, 1(3), 218–229.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabeta.

Syauqi, A., & Lubis, F. A. (2022). *Pengaruh Program Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 45–54.

Thompson. (2013). *Consumer Behavior and Purchasing Decision*. McGraw-Hill Education.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.

Tobing, R. P., & Bismala, L. (2015). *Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi*. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 1–10.

Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). *Pengaruh Faktor Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 4(1), 39–50.

Yuni, N. (2014). *Metodologi Penelitian dan Pengolahan Data Statistik*. Penerbit Andi.

Zhao, X., Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). *The Influence of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: A Study of the Hotel Industry*. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 28–37.



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DESTI JUITA

NPM : 2 2 6 1 2 0 1 0 2 9

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Flash Sale Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Brand Rucas Pada Market Place Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu).

Dengan itu dimohon untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i agar berpartisipasi dalam penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner yang terlampir. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat dibutuhkan untuk menentukan keberhasilan atas penelitian yang dilakukan ini.

Sesuai dengan etika dalam melakukan penelitian, data yang saya peroleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian. Jawaban/ Pernyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan sangat bermanfaat dalam penyelesaian penelitian ini. Tidak ada jawaban yang salah dan benar atas pernyataan yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kejujuran dari Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Demikianlah surat permohonan pengisian kuesioner ini dibuat. Selain itu, saya ingin mengucapkan terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Desti Juita

Pertanyaan Penyaring

Apakah Anda Pernah Berbelanja Produk Brand Rucas Di Tiktok?

Ya ☐ Tidak

B. Identitas Responden

Nama :

Usia :

- ☐ 18–20 tahun
- ☐ 21–23 tahun
- ☐ 24–26 tahun

Jenis Kelamin :

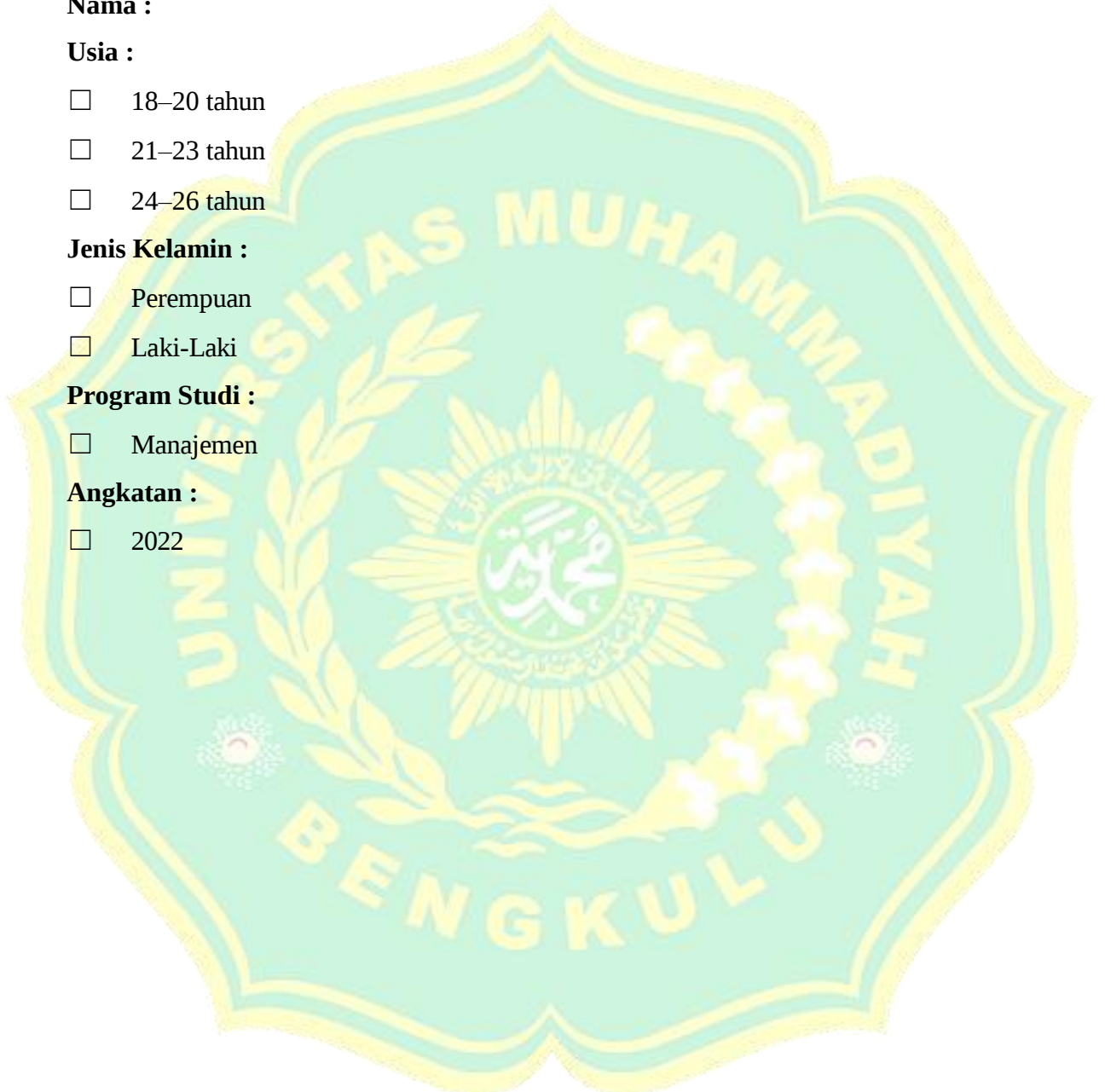
- ☐ Perempuan
- ☐ Laki-Laki

Program Studi :

- ☐ Manajemen

Angkatan :

- ☐ 2022



Petunjuk pengisian kuesioner :

Berikan jawaban atas pertanyaan berikut ini dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda centeng (✕) pada kolom yang tersedia

SS : Sangat

Setuju (5) S :

Setuju (4)

N: Netral (3)

TS : Tidak setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Pertanyaan yang berhubungan dengan *Flash sale* (X1)

<i>Flash sale</i> (X1)					
	STS	TS	RR	S	SS
Frekuensi Promosi					
Saya sering melakukan pembelian terhadap produk yang muncul pada sesi flash sale					
Saya sering memantau waktu flash sale di Tiktok untuk mencari produk yang saya inginkan					
Kualitas Promosi					
Saya sering mengikuti flash sale di Tiktok dibandingkan pada platform belanja online lainnya					
Flash Sale di Tiktok memiliki peran besar dalam keputusan saya untuk membeli produk di platform ini					
Waktu Promosi					
Waktu promosi flash sale yang ditawarkan pada Tiktok memberikan dorongan bagi saya untuk segera melakukan pembelian					
Saya merasa promosi flash sale yang ditawarkan Tiktok memiliki jangka waktu yang cukup panjang					
Kesesuaian Sasaran Promosi					
Besar pengaruh flash sale di Tiktok dalam keputusan saya untuk mengeluarkan uang lebih banyak dari yang direncanakan					
Saya bersedia membayar lebih tinggi untuk membeli produk ramah lingkungan					
Flash sale yang saya ikuti seringkali menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya					

Pertanyaan yang berhubungan dengan Online Customer Review) (X2)

Online Customer Review) (X2)					
	STS	TS	RR	S	SS
Source Credibility (Kredibilitas Sumber)					
Review yang diberikan konsumen lain dapat dipercaya					
Perceived Usefulness (Manfaat yang dirasakan)					
Saya mendapatkan manfaat adanya informasi review dari aplikasi Tiktok					
Argument Quality (Kualitas Argumen)					
Review yang diberikan konsumen lain membantu saya terhindar dari penipuan online					
Review Valensi (Ulasan Gabungan)					
Review positif dan negative dari konsumen lain menjadi faktor yang mempengaruhi daya melakukan pembelian atau tidak					
Quantity of Reviews (Kuantitas Dari Review)					
Semakin banyak hasil review dari konsumen lain maka akan lebih memudahkan saya untuk melakukan keputusan pembelian					

Pertanyaan yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)					
	STS	TS	RR	S	SS
Sesuai Kebutuhan					
Saya memutuskan untuk melakukan pembelian Brand Rucas karena saya membutuhkannya					
Toko ini sangat memudahkan pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan					
Mempunyai Manfaat					
Saya membeli produk dari Brand Rucas karena produk tersebut bermanfaat bagi saya					
Saya merasa bahwa semua produk yang dijual di Toko Brand Rucas ini memiliki manfaat					
Ketepatan dalam Membeli Produk					
Saya merasa harga yang sesuai dengan kualitas produk membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian di Toko Brand Rucas					

Saya senang melakukan pembelian di Toko ini karena produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan saya					
Pembelian Berulang					
Saya memutuskan untuk kembali melakukan pembelian di Brand Rucas karena pelayanannya yang ramah dan sopan					
Saya berniat bertransaksi di Brand Rucas di masa yang akan datang karena merasa puas dengan sebelumnya transaksi					
Saya selalu melakukan pembelian ulang di Toko Brand Rucas					

Lampiran 2 Uji Validitas

Uji Validitas

No	Item Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
(X₁)				
1.	Pernyataan 1	0.531	0,374	Valid
2.	Pernyataan 2	0.589	0,374	Valid
3.	Pernyataan 3	0.745	0,374	Valid
4.	Pernyataan4	0.539	0,374	Valid
5.	Pernyataan5	0.859	0,374	Valid
6.	Pernyataan6	0.681	0,374	Valid
7.	Pernyataan 7	0.775	0,374	Valid
8.	Pernyataan 8	0.824	0,374	Valid
9.	Pernyataan 9	0.531	0,374	Valid
10.	Pernyataan 10	0.803	0,374	Valid
(X₂)				
1.	Pernyataan 1	0.442	0,374	Valid
2.	Pernyataan 2	0.758	0,374	Valid
3.	Pernyataan 3	0.629	0,374	Valid
4.	Pernyataan4	0.635	0,374	Valid
5.	Pernyataan5	0.570	0,374	Valid
(Y)				
1.	Pernyataan 1	0.620	0,374	Valid
2.	Pernyataan 2	0.736	0,374	Valid
3.	Pernyataan 3	0.620	0,374	Valid
4.	Pernyataan 4	0.635	0,374	Valid
5.	Pernyataan5	0.736	0,374	Valid
6.	Pernyataan6	0.791	0,374	Valid
7.	Pernyataan 7	0.518	0,374	Valid
8.	Pernyataan 8	0.791	0,374	Valid
9.	Pernyataan 9	0.406	0,374	Valid

Uji Realibilitas

Variabel	R _{hitung}	R _{kritis}	Keterangan
(X ₁)	0.740	0,6	Reliabel
(X ₂)	0.737	0,6	Reliabel
(Y)	0.743	0,6	Reliabel

Lampiran 3 Uji Validitas Variabel X₁

Uji Validitas Variabel X₁

Correlations

[illegible]

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.200	.481**	-.274	.458**	-.410*	.794**	.573**	-.225	.531**
Sig. (2-tailed)		.273	.005	.129	.008	.020	.000	.001	.215	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2 Pearson Correlation	.200	1	.461**	-.085	.507**	.169	.519**	.430	-.126	.589**
Sig. (2-tailed)	.273		.008	.645	.003	.355	.002	.014	.494	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3 Pearson Correlation	.481**	.461**	1	-.183	.536**	.036	.674**	.927**	-.207	.745**
Sig. (2-tailed)	.005	.008		.316	.002	.846	.000	.000	.257	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4 Pearson Correlation	-.274	-.085	-.183	1	.089	.159	-.261	-.114	.966**	.539
Sig. (2-tailed)	.129	.645	.316		.628	.385	.149	.533	.000	.008
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5 Pearson Correlation	.458**	.507**	.536**	.089	1	.083	.791**	.620**	.086	.859**
Sig. (2-tailed)	.008	.003	.002	.628		.650	.000	.000	.639	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6 Pearson Correlation	-.410*	.169	.036	.159	.083	1	-.174	-.007	.121	.681
Sig. (2-tailed)	.020	.355	.846	.385	.650		.341	.970	.509	.021
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7 Pearson Correlation	.794**	.519**	.674**	-.261	.791**	-.174	1	.730**	-.279	.775**
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.149	.000	.341		.000	.122	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8 Pearson Correlation	.573**	.430	.927**	-.114	.620**	-.007	.730**	1	-.110	.824**
Sig. (2-tailed)	.001	.014	.000	.533	.000	.970	.000		.547	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9 Pearson Correlation	-.225	-.126	-.207	.966**	.086	.121	-.279	-.110	1	.531**
Sig. (2-tailed)	.215	.494	.257	.000	.639	.509	.122	.547		.004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.531**	.589**	.745**	.539	.859**	.681	.775**	.824**	.531	1
Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.008	.000	.021	.000	.000	.004	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . 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
.740	9

Lampiran 4 Uji Validitas Variabel X₂

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.231	.357	.396	.413	.430
	Sig. (2-tailed)		.202	.053	.025	.019	.011
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.231	1	.301	.336	.694*	.758
	Sig. (2-tailed)	.202		.021	.060	.000	.006
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.357	.301	1	.635**	.476**	.629
	Sig. (2-tailed)	.053	.021		.000	.008	.024
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.396	.336	.635**	1	.280	.635
	Sig. (2-tailed)	.025	.060	.000		.121	.048
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.413	.694*	.476**	.280	1	.570
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.008	.121		.036
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.430	.758	.629	.635	.570	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.006	.024	.048	.036	
	N	30	30	30	30	30	30

*. 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
.737	5

Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Y

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Total
Y.1 Pearson Correlation	1	.782**	1.000**	.293	.782**	.126	-.146	.126	-.022	.620**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.104	.000	.493	.305	.493	.903	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2 Pearson Correlation	.782**	1	.782**	.077	1.000**	.299	-.135	.299	.433*	.736**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.674	.000	.096	.461	.096	.013	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3 Pearson Correlation	1.000**	.782**	1	.293	.782**	.126	-.146	.126	-.022	.620**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.104	.000	.493	.305	.493	.903	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4 Pearson Correlation	.293	.077	.293	1	.077	-.002	-.006	-.002	-.394*	.635
Sig. (2-tailed)	.104	.674	.104		.674	.991	.974	.991	.026	.196
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5 Pearson Correlation	.782**	1.000**	.782**	.077	1	.299	-.135	.299	.433*	.736**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.674		.096	.461	.096	.013	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6 Pearson Correlation	.126	.299	.126	-.002	.299	1	.782**	1.000**	.337	.791**
Sig. (2-tailed)	.493	.096	.493	.991	.096		.000	.000	.059	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7 Pearson Correlation	-.146	-.135	-.146	-.006	-.135	.782**	1	.782**	.100	.518**
Sig. (2-tailed)	.305	.461	.305	.974	.461	.000		.000	.587	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8 Pearson Correlation	.126	.299	.126	-.002	.299	1.000**	.782**	1	.337	.791**
Sig. (2-tailed)	.493	.096	.493	.991	.096	.000	.000		.059	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9 Pearson Correlation	-.022	.433*	-.022	-.394*	.433*	.337	.100	.337	1	.406*
Sig. (2-tailed)	.903	.013	.903	.026	.013	.059	.587	.059		.021
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	.620**	.736**	.620**	.635	.736**	.791**	.518**	.791**	.406*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.196	.000	.000	.002	.000	.021	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . 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
.743	9



UJI VALIDITAS

Lampiran 6 Tabulasi Data Uji Validitas (X_1)

No. Responden	Pernyataan									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	5	4	3	5	5	4	5	5	39
2	3	3	5	4	3	3	3	2	4	30
3	5	3	3	4	3	5	3	5	4	35
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	32
5	4	3	4	4	4	2	4	4	3	32
6	2	5	3	5	5	4	5	5	4	38
7	3	4	5	5	3	5	4	4	4	37
8	3	4	5	3	3	3	4	3	4	32
9	5	3	3	4	3	4	2	4	3	31
10	3	4	5	4	3	3	3	3	3	31
11	4	4	3	3	4	3	3	2	3	29
12	3	4	5	4	4	5	3	4	3	35
13	3	3	5	4	3	3	3	3	3	30
14	4	5	4	5	4	3	3	3	4	35
15	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
16	3	4	4	4	4	3	4	4	5	35
17	4	3	5	4	4	4	4	4	4	36
18	3	4	5	5	4	5	3	3	4	36
19	5	3	5	5	4	4	3	4	4	37
20	3	2	5	4	4	4	3	4	4	33
21	4	4	4	4	3	4	3	3	3	32
22	4	3	4	4	4	2	4	4	3	32
23	2	5	3	5	5	4	5	5	4	38
24	3	4	5	5	3	5	4	4	4	37
25	3	4	5	3	3	3	4	3	4	32
26	5	3	3	4	3	4	2	4	3	31
27	3	4	5	4	3	3	3	3	3	31
28	4	4	3	3	4	3	3	2	3	29
29	3	4	5	4	4	5	3	4	3	35
30	3	3	5	4	3	3	3	3	3	30

Lampiran 6 Tabulasi Data Uji Validitas (X₂)

No. Responden	Pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	4	4	3	4	4	19
3	5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	4	20
5	4	3	4	4	3	18
6	2	4	3	2	4	15
7	3	3	3	3	3	15
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	3	4	4	19
10	5	5	4	5	5	24
11	4	4	4	4	4	20
12	4	3	4	4	3	18
13	2	4	3	2	4	15
14	3	3	3	3	3	15
15	3	3	3	3	3	15
16	4	4	3	4	4	19
17	5	5	4	5	5	24
18	4	4	4	4	4	20
19	4	3	4	4	3	18
20	2	4	3	2	4	15
21	4	4	3	4	4	19
22	5	5	4	5	5	24
23	4	4	4	4	4	20
24	4	3	4	4	3	18
25	2	4	3	2	4	15
26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	3	4	4	19
29	5	5	4	5	5	24
30	4	4	4	4	4	20

Lampiran 7 Tabulasi Uji Validitas Data (Y)

No. Responden	Pernyataan									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	4	4	3	5	5	5	5	4	38
2	3	3	4	3	4	5	3	4	3	32
3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	36
4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	30
5	5	5	4	5	3	4	3	3	5	37
6	4	4	4	4	5	5	4	5	5	40
7	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
8	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
9	4	4	4	4	4	4	3	3	5	35
10	3	4	4	3	3	3	3	5	3	31
11	3	3	4	3	3	2	3	3	3	27
12	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
13	4	3	3	4	3	3	3	3	4	30
14	5	5	4	5	4	3	4	4	4	38
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
16	4	4	4	4	3	4	5	5	4	37
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
19	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
20	3	3	4	3	3	4	4	4	4	32
21	3	4	4	3	5	5	5	5	4	38
22	3	3	4	3	4	5	3	4	3	32
23	4	4	4	4	3	5	4	4	4	36
24	4	3	3	4	3	3	3	3	4	30
25	5	5	4	5	3	4	3	3	5	37
26	4	4	4	4	5	5	4	5	5	40
27	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
28	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
29	4	4	4	4	4	4	3	3	5	35
30	3	4	4	3	3	3	3	5	3	31

Lampiran 8

Your trial period for SPSS for Windows will expire in 14 days.

FREQUENCIES VARIABLES=X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18 X19 X21 X22 X23 X24 X25 Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

[DataSet0]

[illegible]

Frequency Table

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	6.6	6.6	6.6
	3	65	33.2	33.2	39.8
	4	84	42.9	42.9	82.7
	5	34	17.3	17.3	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	38	19.4	19.4	19.4
	3	107	54.6	54.6	74.0
	4	46	23.5	23.5	97.4
	5	5	2.6	2.6	100.0
Total		196	100.0	100.0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	48	24.5	24.5	24.5
	3	55	28.1	28.1	52.6
	4	44	22.4	22.4	75.0
	5	49	25.0	25.0	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	29	14.8	14.8	14.8
	3	75	38.3	38.3	53.1
	4	59	30.1	30.1	83.2
	5	33	16.8	16.8	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	61	31.1	31.1	31.1
	4	80	40.8	40.8	71.9
	5	55	28.1	28.1	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	25	12.8	12.8	12.8
	3	50	25.5	25.5	38.3
	4	65	33.2	33.2	71.4
	5	56	28.6	28.6	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	47	24.0	24.0	24.0
	3	14	7.1	7.1	31.1
	4	41	20.9	20.9	52.0
	5	94	48.0	48.0	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	54	27.6	27.6	27.6
	3	35	17.9	17.9	45.4
	4	53	27.0	27.0	72.4
	5	54	27.6	27.6	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	6.1	6.1	6.1
	3	61	31.1	31.1	37.2
	4	76	38.8	38.8	76.0
	5	47	24.0	24.0	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	30	15.3	15.3	15.3
	3	81	41.3	41.3	56.6
	4	61	31.1	31.1	87.8
	5	24	12.2	12.2	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X22

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	6.6	6.6	6.6
	3	54	27.6	27.6	34.2
	4	99	50.5	50.5	84.7
	5	30	15.3	15.3	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X23

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	6.6	6.6	6.6
	3	37	18.9	18.9	25.5
	4	60	30.6	30.6	56.1
	5	86	43.9	43.9	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X24

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	3.6	3.6	3.6
	3	61	31.1	31.1	34.7
	4	98	50.0	50.0	84.7
	5	30	15.3	15.3	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

X25

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	36	18.4	18.4	18.4
	3	51	26.0	26.0	44.4
	4	53	27.0	27.0	71.4
	5	56	28.6	28.6	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	8.7	8.7	8.7
	3	56	28.6	28.6	37.2
	4	91	46.4	46.4	83.7
	5	32	16.3	16.3	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	25	12.8	12.8	12.8
	3	114	58.2	58.2	70.9
	4	8	4.1	4.1	75.0
	5	49	25.0	25.0	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	8.7	8.7	8.7
	3	56	28.6	28.6	37.2
	4	91	46.4	46.4	83.7
	5	32	16.3	16.3	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	8.7	8.7	8.7
	3	64	32.7	32.7	41.3
	5	115	58.7	58.7	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	25	12.8	12.8	12.8
	3	114	58.2	58.2	70.9
	4	8	4.1	4.1	75.0
	5	49	25.0	25.0	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	19	9.7	9.7	9.7
	3	58	29.6	29.6	39.3
	4	92	46.9	46.9	86.2
	5	27	13.8	13.8	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	27	13.8	13.8	13.8
	3	116	59.2	59.2	73.0
	4	7	3.6	3.6	76.5
	5	46	23.5	23.5	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	19	9.7	9.7	9.7
	3	58	29.6	29.6	39.3
	4	92	46.9	46.9	86.2
	5	27	13.8	13.8	100.0
	Total	196	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	6.6	6.6	6.6
	3	45	23.0	23.0	29.6
	4	65	33.2	33.2	62.8
	5	73	37.2	37.2	100.0
Total		196	100.0	100.0	



Lampiran 9 SPSS

Your trial period for SPSS for Windows will expire in 14 days.

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZRESID)
/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).
```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.809 ^a	.654	.650	1.868	1.532

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.360	2	59.180	16.952	.000 ^a
	Residual	338.630	193	3.491		
	Total	456.990	195			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20.447	4.664		4.384	.000		
	X1	.386	.120	.365	3.207	.002	.589	1.698
	X2	.190	.114	.191	1.675	.007	.589	1.698

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations^a

Model			X2	X1
1	Correlations	X2	1.000	-.641
		X1	-.641	1.000
	Covariances	X2	.013	-.009
		X1	-.009	.014

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.998	1.000	.00	.00	.00
	2	.001	52.332	.94	.07	.33
	3	.001	65.673	.06	.93	.67

a. Dependent Variable: Y

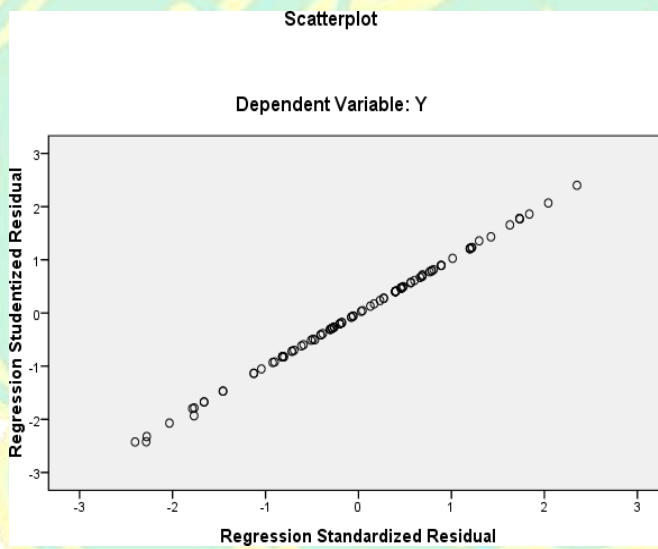
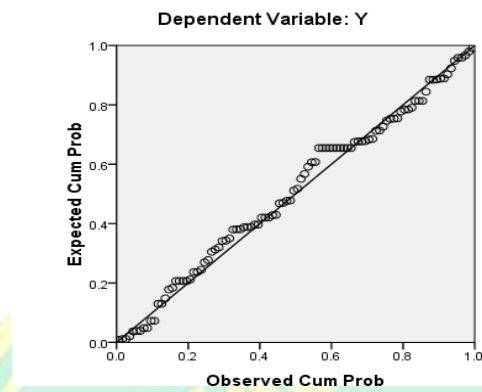
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	43.30	49.26	47.51	1.093	196
Std. Predicted Value	-3.846	1.598	.000	1.000	196
Standard Error of Predicted Value	.195	.754	.305	.108	196
Adjusted Predicted Value	43.95	49.42	47.51	1.061	196
Residual	-4.490	4.391	.000	1.849	196
Std. Residual	-2.403	2.350	.000	.990	196
Stud. Residual	-2.426	2.401	.000	1.009	196
Deleted Residual	-4.795	4.583	-.002	1.922	196
Stud. Deleted Residual	-2.490	2.463	-.002	1.019	196
Mahal. Distance	.088	15.115	1.980	2.472	196
Cook's Distance	.000	.242	.013	.036	196
Centered Leverage Value	.001	.153	.020	.025	196

a. Dependent Variable: Y

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 10 Rekapitulasi Variabel

Tabulasi Data (X1)

No. Responden	Pertanyaan									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
2	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
3	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
5	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
6	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
7	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
8	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
9	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
10	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
11	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
12	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
13	5	3	5	3	4	4	5	5	4	38
14	3	2	2	5	3	4	2	2	3	26
15	3	3	2	4	3	4	3	2	5	29
16	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
17	5	2	5	3	4	3	5	5	4	36
18	4	3	3	3	5	4	5	3	2	32
19	4	3	3	2	5	5	5	3	4	34
20	4	4	3	4	5	2	5	3	4	34
21	2	3	3	3	3	4	2	2	3	25
22	5	4	4	2	4	3	5	4	5	36
23	4	4	3	5	5	5	5	3	4	38
24	4	5	5	3	4	5	5	5	3	39
25	3	3	2	4	3	3	2	2	4	26
26	5	3	4	4	4	2	5	4	3	34
27	4	4	4	5	5	3	5	5	4	39
28	5	3	4	3	4	3	5	4	3	34
29	4	3	5	2	4	3	5	5	5	36
30	4	4	5	3	4	4	5	5	4	38
31	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
32	4	2	4	4	4	3	4	4	3	32
33	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
34	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
35	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
36	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
37	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
38	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
39	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
40	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40

41	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
42	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
43	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
44	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
45	5	3	5	3	4	4	5	5	4	38
46	3	2	2	5	3	4	2	2	3	26
47	3	3	2	4	3	4	3	2	5	29
48	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
49	5	2	5	3	4	3	5	5	4	36
50	4	3	3	3	5	4	5	3	2	32
51	4	3	3	2	5	5	5	3	4	34
52	4	4	3	4	5	2	5	3	4	34
53	2	3	3	3	3	4	2	2	3	25
54	5	4	4	2	4	3	5	4	5	36
55	4	4	3	5	5	5	5	3	4	38
56	4	5	5	3	4	5	5	5	3	39
57	3	3	2	4	3	3	2	2	4	26
58	5	3	4	4	4	2	5	4	3	34
59	4	4	4	5	5	3	5	5	4	39
60	5	3	4	3	4	3	5	4	3	34
61	4	3	5	2	4	3	5	5	5	36
62	4	4	5	3	4	4	5	5	4	38
63	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
64	4	2	4	4	4	3	4	4	3	32
65	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
66	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
67	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
68	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
69	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
70	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
71	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
72	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
73	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
74	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
75	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
76	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
77	5	3	5	3	4	4	5	5	4	38
78	3	2	2	5	3	4	2	2	3	26
79	3	3	2	4	3	4	3	2	5	29
80	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
81	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
82	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
83	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
84	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
85	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
86	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27

87	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
88	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
89	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
90	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
91	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
92	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
93	5	3	5	3	4	4	5	5	4	38
94	3	2	2	5	3	4	2	2	3	26
95	3	3	2	4	3	4	3	2	5	29
96	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
97	5	2	5	3	4	3	5	5	4	36
98	4	3	3	3	5	4	5	3	2	32
99	4	3	3	2	5	5	5	3	4	34
100	4	4	3	4	5	2	5	3	4	34
101	2	3	3	3	3	4	2	2	3	25
102	5	4	4	2	4	3	5	4	5	36
103	4	4	3	5	5	5	5	3	4	38
104	4	5	5	3	4	5	5	5	3	39
105	3	3	2	4	3	3	2	2	4	26
106	5	3	4	4	4	2	5	4	3	34
107	4	4	4	5	5	3	5	5	4	39
108	5	3	4	3	4	3	5	4	3	34
109	4	3	5	2	4	3	5	5	5	36
110	4	4	5	3	4	4	5	5	4	38
111	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
112	4	2	4	4	4	3	4	4	3	32
113	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
114	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
115	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
116	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
117	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
118	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
119	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
120	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
121	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
122	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
123	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
124	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
125	5	3	5	3	4	4	5	5	4	38
126	3	2	2	5	3	4	2	2	3	26
127	3	3	2	4	3	4	3	2	5	29
128	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
129	5	2	5	3	4	3	5	5	4	36
130	4	3	3	3	5	4	5	3	2	32
131	4	3	3	2	5	5	5	3	4	34
132	4	4	3	4	5	2	5	3	4	34

133	2	3	3	3	3	4	2	2	3	25
134	5	4	4	2	4	3	5	4	5	36
135	4	4	3	5	5	5	5	3	4	38
136	4	5	5	3	4	5	5	5	3	39
137	3	3	2	4	3	3	2	2	4	26
138	5	3	4	4	4	2	5	4	3	34
139	4	4	4	5	5	3	5	5	4	39
140	5	3	4	3	4	3	5	4	3	34
141	4	3	5	2	4	3	5	5	5	36
142	4	4	5	3	4	4	5	5	4	38
143	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
144	4	2	4	4	4	3	4	4	3	32
145	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
146	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
147	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
148	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
149	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
150	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
151	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
152	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
153	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
154	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
155	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
156	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
157	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
158	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
159	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
160	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
161	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
162	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
163	4	3	3	2	4	2	5	4	4	31
164	5	3	5	3	4	4	5	5	4	38
165	3	2	2	5	3	4	2	2	3	26
166	3	3	2	4	3	4	3	2	5	29
167	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
168	5	2	5	3	4	3	5	5	4	36
169	4	3	3	3	5	4	5	3	2	32
170	4	3	3	2	5	5	5	3	4	34
171	4	4	3	4	5	2	5	3	4	34
172	2	3	3	3	3	4	2	2	3	25
173	5	4	4	2	4	3	5	4	5	36
174	4	4	3	5	5	5	5	3	4	38
175	4	5	5	3	4	5	5	5	3	39
176	3	3	2	4	3	3	2	2	4	26
177	5	3	4	4	4	2	5	4	3	34
178	4	4	4	5	5	3	5	5	4	39

179	5	3	4	3	4	3	5	4	3	34
180	4	3	5	2	4	3	5	5	5	36
181	4	4	5	3	4	4	5	5	4	38
182	4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
183	4	2	4	4	4	3	4	4	3	32
184	3	2	2	4	3	5	2	3	3	27
185	4	3	3	4	5	5	5	4	5	38
186	3	2	2	3	3	4	2	2	3	24
187	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
188	4	3	4	2	4	3	4	4	2	30
189	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
190	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
191	3	3	2	3	3	4	2	2	5	27
192	3	3	5	5	5	4	4	5	4	38
193	3	4	5	4	5	5	4	5	5	40
194	2	3	3	3	3	5	3	2	4	28
195	3	2	2	5	3	3	2	2	3	25
196	5	3	3	3	4	2	5	3	3	31
Rata-rata	3.70	3.09	3.47	3.48	3.96	3.77	3.92	3.54	3.80	3.64
Jumlah	727	606	682	684	778	740	770	695	746	

Tabulasi Data (X2)

Responden	Pertanyaan						Total
	1	2	3	4	5		
1	3	4	5	3	5	20	
2	3	2	2	3	2	12	
3	3	4	5	4	3	19	
4	4	5	3	3	5	20	
5	3	4	5	4	3	19	
6	5	3	5	4	3	20	
7	2	3	3	2	3	13	
8	4	4	4	4	5	21	
9	4	4	4	4	5	21	
10	2	3	3	3	2	13	
11	4	5	4	4	4	21	
12	3	4	5	5	4	21	
13	3	4	5	3	5	20	
14	3	2	2	3	2	12	
15	3	4	5	4	3	19	
16	4	4	4	4	5	21	
17	2	3	3	3	2	13	
18	4	5	4	4	4	21	
19	3	4	5	5	4	21	
20	5	3	5	5	3	21	
21	3	4	5	4	3	19	
22	5	3	4	4	4	20	
23	4	4	4	4	5	21	
24	2	3	3	3	2	13	
25	4	5	4	4	4	21	

26	3	4	5	5	4	21
27	4	4	4	4	5	21
28	2	3	3	3	2	13
29	4	5	4	4	4	21
30	3	4	5	5	4	21
33	3	4	5	3	5	20
32	5	3	5	4	3	20
33	3	4	5	3	5	20
34	3	2	2	3	2	12
35	3	4	5	4	3	19
36	4	5	3	3	5	20
37	3	4	5	4	3	19
38	5	3	5	4	3	20
39	2	3	3	2	3	13
40	4	4	4	4	5	21
41	4	4	4	4	5	21
42	2	3	3	3	2	13
43	4	5	4	4	4	21
44	3	4	5	5	4	21
45	3	4	5	3	5	20
46	3	2	2	3	2	12
47	3	4	5	4	3	19
48	4	4	4	4	5	21
49	2	3	3	3	2	13
50	4	5	4	4	4	21
51	3	4	5	5	4	21
52	5	3	5	5	3	21
53	3	4	5	4	3	19
54	5	3	4	4	4	20
55	4	4	4	4	5	21
56	2	3	3	3	2	13
57	4	5	4	4	4	21
58	3	4	5	5	4	21
59	4	4	4	4	5	21
60	2	3	3	3	2	13
61	4	5	4	4	4	21
62	3	4	5	5	4	21
63	3	4	5	3	5	20
64	5	3	5	4	3	20
65	3	4	5	3	5	20
66	3	2	2	3	2	12
67	3	4	5	4	3	19
68	4	5	3	3	5	20
69	3	4	5	4	3	19
70	5	3	5	4	3	20
71	2	3	3	2	3	13
72	4	4	4	4	5	21
73	4	4	4	4	5	21
74	2	3	3	3	2	13
75	4	5	4	4	4	21
76	3	4	5	5	4	21
77	3	4	5	3	5	20
78	3	2	2	3	2	12
79	3	4	5	4	3	19
80	4	4	4	4	5	21
81	3	4	5	3	5	20
82	3	2	2	3	2	12
83	3	4	5	4	3	19
84	4	5	3	3	5	20

85	3	4	5	4	3	19
86	5	3	5	4	3	20
87	2	3	3	2	3	13
88	4	4	4	4	5	21
89	4	4	4	4	5	21
90	2	3	3	3	2	13
91	4	5	4	4	4	21
92	3	4	5	5	4	21
93	3	4	5	3	5	20
94	3	2	2	3	2	12
95	3	4	5	4	3	19
96	4	4	4	4	5	21
97	2	3	3	3	2	13
98	4	5	4	4	4	21
99	3	4	5	5	4	21
100	5	3	5	5	3	21
101	3	4	5	4	3	19
102	5	3	4	4	4	20
103	4	4	4	4	5	21
104	2	3	3	3	2	13
105	4	5	4	4	4	21
106	3	4	5	5	4	21
107	4	4	4	4	5	21
108	2	3	3	3	2	13
109	4	5	4	4	4	21
110	3	4	5	5	4	21
111	3	4	5	3	5	20
112	5	3	5	4	3	20
113	3	4	5	3	5	20
114	3	2	2	3	2	12
115	3	4	5	4	3	19
116	4	5	3	3	5	20
117	3	4	5	4	3	19
118	5	3	5	4	3	20
119	2	3	3	2	3	13
120	4	4	4	4	5	21
121	4	4	4	4	5	21
122	2	3	3	3	2	13
123	4	5	4	4	4	21
124	3	4	5	5	4	21
125	3	4	5	3	5	20
126	3	2	2	3	2	12
127	3	4	5	4	3	19
128	4	4	4	4	5	21
129	2	3	3	3	2	13
130	4	5	4	4	4	21
131	3	4	5	5	4	21
132	5	3	5	5	3	21
133	3	4	5	4	3	19
134	5	3	4	4	4	20
135	4	4	4	4	5	21
136	2	3	3	3	2	13
137	4	5	4	4	4	21
138	3	4	5	5	4	21
139	4	4	4	4	5	21
140	2	3	3	3	2	13
141	4	5	4	4	4	21
142	3	4	5	5	4	21
143	3	4	5	3	5	20

144	5	3	5	4	3	20
145	3	4	5	3	5	20
146	3	2	2	3	2	12
147	3	4	5	4	3	19
148	4	5	3	3	5	20
149	3	4	5	4	3	19
150	5	3	5	4	3	20
151	2	3	3	2	3	13
152	4	4	4	4	5	21
153	4	4	4	4	5	21
154	2	3	3	3	2	13
155	4	5	4	4	4	21
156	3	4	5	5	4	21
157	3	4	5	5	4	21
158	5	3	5	5	3	21
159	3	4	5	4	3	19
160	5	3	4	4	4	20
161	4	4	4	4	5	21
162	2	3	3	3	2	13
163	4	5	4	4	4	21
164	3	4	5	5	4	21
165	4	4	4	4	5	21
166	2	3	3	3	2	13
167	4	5	4	4	4	21
168	3	4	5	5	4	21
169	3	4	5	3	5	20
170	5	3	5	4	3	20
171	3	4	5	3	5	20
172	3	2	2	3	2	12
173	3	4	5	4	3	19
174	4	5	3	3	5	20
175	3	4	5	4	3	19
176	5	3	5	4	3	20
177	2	3	3	2	3	13
178	4	4	4	4	5	21
179	4	4	4	4	5	21
180	2	3	3	3	2	13
181	4	5	4	4	4	21
182	3	4	5	5	4	21
183	3	4	5	3	5	20
184	3	2	2	3	2	12
185	3	4	5	4	3	19
186	4	4	4	4	5	21
187	2	3	3	3	2	13
188	4	5	4	4	4	21
189	3	4	5	5	4	21
190	5	3	5	5	3	21
191	3	4	5	4	3	19
192	5	3	4	4	4	20
193	4	4	4	4	5	21
194	2	3	3	3	2	13
195	4	5	4	4	4	21
196	3	4	5	5	4	21

Rata-rata	3.40	3.74	4.11	3.77	3.65	3.73
Jumlah	667	734	807	739	717	

Tabulasi Data (Y)

Responden	Pertanyaan									Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
2	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
5	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
6	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
7	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
8	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
9	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
10	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
11	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
12	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
13	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
14	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
15	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
16	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
17	4	3	4	5	3	5	5	5	5	39
18	3	3	3	5	3	4	3	4	2	30
19	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
20	4	3	4	5	3	3	3	3	4	32
21	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
22	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
23	4	5	4	5	5	4	3	4	5	39
24	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
25	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
26	5	5	5	3	5	4	3	4	4	38
27	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
28	3	3	3	5	3	4	3	4	3	31
29	3	3	3	3	3	4	5	4	4	32
30	4	3	4	5	3	2	2	2	5	30
33	4	5	4	5	5	4	3	4	4	38
32	2	2	2	2	2	5	5	5	3	28
33	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
34	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
35	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
36	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
37	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34

38	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
39	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
40	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
41	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
42	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
43	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
44	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
45	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
46	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
47	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
48	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
49	4	3	4	5	3	5	5	5	5	39
50	3	3	3	5	3	4	3	4	2	30
51	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
52	4	3	4	5	3	3	3	3	4	32
53	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
54	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
55	4	5	4	5	5	4	3	4	5	39
56	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
57	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
58	5	5	5	3	5	4	3	4	4	38
59	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
60	3	3	3	5	3	4	3	4	3	31
61	3	3	3	3	3	4	5	4	4	32
62	4	3	4	5	3	2	2	2	5	30
63	4	5	4	5	5	4	3	4	4	38
64	2	2	2	2	2	5	5	5	3	28
65	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
66	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
67	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
68	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
69	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
70	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
71	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
72	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
73	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
74	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
75	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
76	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
77	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
78	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
79	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
80	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
81	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
82	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
83	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30

84	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
85	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
86	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
87	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
88	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
89	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
90	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
91	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
92	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
93	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
94	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
95	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
96	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
97	4	3	4	5	3	5	5	5	5	39
98	3	3	3	5	3	4	3	4	2	30
99	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
100	4	3	4	5	3	3	3	3	4	32
101	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
102	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
103	4	5	4	5	5	4	3	4	5	39
104	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
105	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
106	5	5	5	3	5	4	3	4	4	38
107	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
108	3	3	3	5	3	4	3	4	3	31
109	3	3	3	3	3	4	5	4	4	32
110	4	3	4	5	3	2	2	2	5	30
111	4	5	4	5	5	4	3	4	4	38
112	2	2	2	2	2	5	5	5	3	28
113	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
114	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
115	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
116	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
117	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
118	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
119	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
120	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
121	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
122	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
123	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
124	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
125	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
126	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
127	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
128	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
129	4	3	4	5	3	5	5	5	5	39

130	3	3	3	5	3	4	3	4	2	30
131	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
132	4	3	4	5	3	3	3	3	4	32
133	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
134	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
135	4	5	4	5	5	4	3	4	5	39
136	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
137	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
138	5	5	5	3	5	4	3	4	4	38
139	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
140	3	3	3	5	3	4	3	4	3	31
141	3	3	3	3	3	4	5	4	4	32
142	4	3	4	5	3	2	2	2	5	30
143	4	5	4	5	5	4	3	4	4	38
144	2	2	2	2	2	5	5	5	3	28
145	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
146	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
147	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
148	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
149	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
150	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
151	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
152	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
153	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
154	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
155	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
156	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
157	4	5	4	5	5	4	3	4	4	38
158	2	2	2	2	2	5	5	5	3	28
159	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
160	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
161	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
162	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
163	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
164	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
165	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
166	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
167	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
168	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
169	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
170	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
171	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
172	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
173	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
174	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
175	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37

176	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
177	3	3	3	5	3	3	3	3	4	30
178	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
179	4	3	4	5	3	4	5	4	2	34
180	3	2	3	3	2	2	2	2	5	24
181	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41
182	4	5	4	5	5	4	3	4	3	37
183	2	2	2	2	2	3	3	3	5	24
184	4	3	4	5	3	3	3	3	5	33
185	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
186	4	3	4	5	3	3	2	3	4	31
187	3	3	3	5	3	4	4	4	4	33
188	3	3	3	3	3	4	5	4	3	31
189	4	3	4	5	3	2	2	2	4	29
190	5	5	5	3	5	4	3	4	5	39
191	4	3	4	5	3	5	5	5	5	39
192	3	3	3	5	3	4	3	4	2	30
193	3	3	3	3	3	3	3	3	5	29
194	4	3	4	5	3	3	3	3	4	32
195	5	5	5	3	5	4	3	4	3	37
196	4	3	4	5	3	5	5	5	4	38
Rata-rata	3.70	3.41	3.70	4.08	3.41	3.64	3.36	3.64	4.01	3.6661
Jumlah	726	669	726	801	669	715	660	715	786	