

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). *Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customer loyalty*. *ABAC Journal*, 29(1), 24–38.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh user experiencedan risiko pada minat beli belanja online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi VI). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2015). Pengaruh user experiencedan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1–17.
- Blut, M., Chowdhry, N., Mittal, V., & Brock, C. (2015). E-service quality: A meta-analytic review. *Journal of Retailing*, 91(4), 679–700.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond* (2nd ed.). New York: Pearson.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hassenzahl, M. (2003). The thing and I: Understanding the relationship between user and product. In *Funology* (pp. 31–42). Springer.

Hassenzahl, M. (2010). *Experience design: Technology for all the right reasons*. Morgan & Claypool.

Hasyim, M., Siregar, R., & Lubis, A. (2023). Analisis kualitas layanan aplikasi BRImo terhadap kepuasan pengguna. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 760–770.

ISO. (2010). *ISO 9241-210: Ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Geneva: International Organization for Standardization.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Marketing management* (13th ed.). Pearson.

Lovelock, C., & Wright, L. (2005). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Indeks.

Manusiwa, F., Latupeirissa, J., & Waas, R. (2024). Analisis kualitas layanan digital pada aplikasi BRImo. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(1), 1–10.

Mitana, N. P. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas layanan digital penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi BRImo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 1–10.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.

Putri, H., Ramadhan, F., & Sari, N. (2025). Pengaruh usability terhadap kepuasan pengguna aplikasi mobile banking. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 11(2), 1070–1080.

Qoryah, W., Pratama, D., & Lestari, S. (2024). Analisis kualitas sistem dan layanan aplikasi BRImo. *Jurnal Sistem Informasi*, 14(1), 1416–1425.

Rowley, J. (2006). An analysis of the e-service literature: Towards a research agenda. *Internet Research*, 16(3), 339–359.

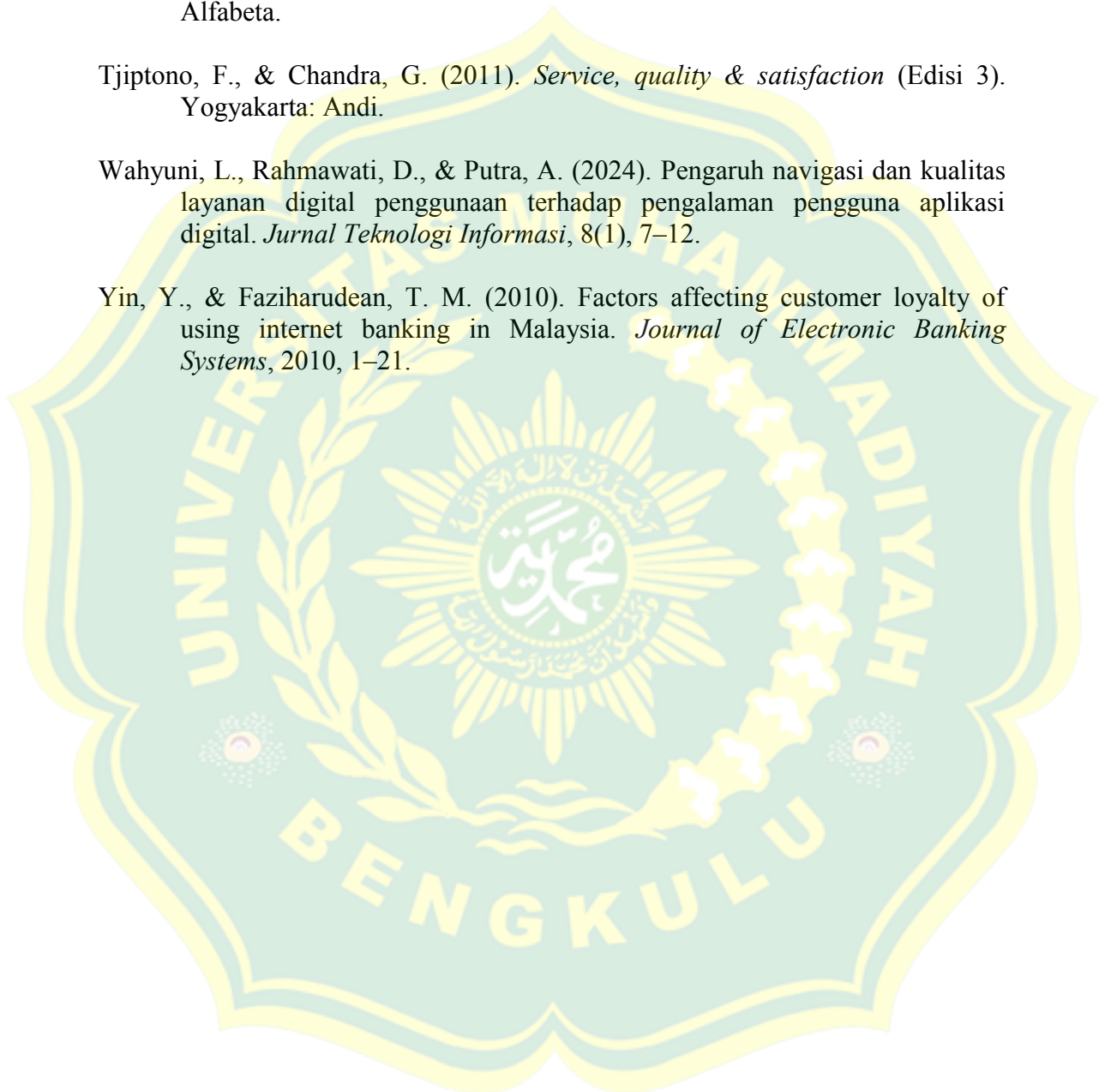
Santos, J. (2003). E-service quality: A model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233–246.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, quality & satisfaction* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.

Wahyuni, L., Rahmawati, D., & Putra, A. (2024). Pengaruh navigasi dan kualitas layanan digital penggunaan terhadap pengalaman pengguna aplikasi digital. *Jurnal Teknologi Informasi*, 8(1), 7–12.

Yin, Y., & Faziharudean, T. M. (2010). Factors affecting customer loyalty of using internet banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 2010, 1–21.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul “**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL DAN USER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGUNA APLIKASI BRIMO(Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Bengkulu)**”, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara sekiranya dapat meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan di bawah ini.

Hasil penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu, dan tidak untuk mencari kesalahan pihak manapun. Oleh sebab itu, saya berharap kuesioner ini diisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas bantuan bapak/ibu/saudara sekalian dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat saya,

Agel Syaputra

IDENTITAS PENELITIAN

Nama : AGEL SYAPUTRA
NPM : 2261201153
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Isilah jawaban berikut sesuai dengan pendapat saudara, dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia.

KETERANGAN

STS : Sangat Tidak Setuju = 1
TS : Tidak Setuju = 2
N : Netral = 3
S : Setuju = 4
SS : Sangat Setuju = 5

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin ☐ Laki – Laki ☐ Perempuan
2. Pendidikan terakhir ☐ SLTA kebawah ☐ Sarjana sederajat
☐ Diploma sederajat ☐ S2 dan S3
3. Umur : ☐ 17 – 20 tahun ☐ 41 – 50 tahun
☐ 21 – 30 tahun ☐ Lebih dari 50 tahun
☐ 31 – 40 tahun
4. Lama menjadi pelanggan: ☐ < 1 tahun
☐ 1 - 2 tahun
☐ > 2 tahun

No	Pernyataan	STS	TS	n	S	SS
Kualitas Layanan Digital (X1)						
1	Aplikasi BRImo memudahkan saya melakukan transaksi dengan cepat dan efisien.					
2	Aplikasi BRImo dapat diakses dengan baik ketika saya membutuhkannya.					
3	Layanan dan fitur pada aplikasi BRImo telah memenuhi kebutuhan transaksi saya.					
4	Saya merasa data pribadi dan transaksi saya terlindungi saat menggunakan aplikasi BRImo.					
User experience (X2)						
1	Aplikasi BRImo memberikan manfaat bagi saya dalam melakukan berbagai transaksi perbankan.					
2	Aplikasi BRImo mudah dipelajari dan digunakan dalam melakukan transaksi.					
3	Tampilan aplikasi BRImo menarik dan memberikan kenyamanan saat digunakan.					
4	Saya percaya aplikasi BRImo mampu memberikan layanan transaksi yang aman dan dapat diandalkan.					
5	Penggunaan aplikasi BRImo memberikan nilai tambah dalam memenuhi kebutuhan layanan perbankan saya.					
Kepuasan Pengguna						
1	Kinerja aplikasi BRImo telah sesuai dengan harapan saya.					
2	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi BRImo dalam melakukan transaksi perbankan.					
3	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain.					

= TERIMA KASIH=

Tabulasi uji coba kuesioner

	Variabel X1 Kualitas Layanan Digital					Variabel X2 User Experience						Variabel Y Kepuasan Pengguna			
Nomor	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Jumlah	Y.1	Y.2	Y.3	Hasil
1	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	21	4	5	4	13
2	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	4	14
3	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
4	4	4	4	4	16	5	5	4	5	5	24	5	5	5	15
5	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
6	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	23	5	5	5	15
7	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	18	5	4	4	13
8	5	4	5	4	18	4	5	4	3	4	20	5	5	4	14
9	4	3	4	3	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
10	4	3	4	3	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
11	5	5	5	5	20	4	3	4	4	3	18	4	4	5	13
12	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24	4	4	3	11
13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15
15	4	4	4	3	15	4	4	5	4	5	22	4	4	4	12
16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
17	4	5	5	5	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	12
18	4	4	5	5	18	5	5	4	5	5	24	5	4	5	14
19	4	5	4	4	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23	4	4	4	12
21	5	5	5	5	20	5	5	3	4	4	21	5	4	4	13
22	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22	4	4	5	13
23	4	5	5	5	19	3	4	4	4	3	18	5	4	4	13
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
25	3	4	4	4	15	2	4	2	3	4	15	4	3	4	11

Lampiran output SPSS uji Validitas:

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.407 [*]	.629 ^{**}	.412 [*]	.716 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.043	.001	.040	.000
	N	25	25	25	25	25
X1.2	Pearson Correlation	.407 [*]	1	.612 ^{**}	.700 ^{**}	.832 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.043		.001	.000	.000
	N	25	25	25	25	25
X1.3	Pearson Correlation	.629 ^{**}	.612 ^{**}	1	.786 ^{**}	.896 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.000
	N	25	25	25	25	25
X1.4	Pearson Correlation	.412 [*]	.700 ^{**}	.786 ^{**}	1	.883 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.000		.000
	N	25	25	25	25	25
TOTAL	Pearson Correlation	.716 ^{**}	.832 ^{**}	.896 ^{**}	.883 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25	25

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.624**	.590**	.739**	.624**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.000	.001	.000
	N	25	25	25	25	25	25
X2.2	Pearson Correlation	.624**	1	.212	.428*	.673**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.001		.309	.033	.000	.000
	N	25	25	25	25	25	25
X2.3	Pearson Correlation	.590**	.212	1	.660**	.416*	.740**
	Sig. (2-tailed)	.002	.309		.000	.039	.000
	N	25	25	25	25	25	25
X2.4	Pearson Correlation	.739**	.428*	.660**	1	.633**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.033	.000		.001	.000
	N	25	25	25	25	25	25
X2.5	Pearson Correlation	.624**	.673**	.416*	.633**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.039	.001		.000
	N	25	25	25	25	25	25
TOTAL	Pearson Correlation	.892**	.700**	.740**	.868**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25	25	25

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.530**	.482*	.813**
	Sig. (2-tailed)		.006	.015	.000
	N	25	25	25	25
Y.2	Pearson Correlation	.530**	1	.394	.805**
	Sig. (2-tailed)	.006		.051	.000
	N	25	25	25	25
Y.3	Pearson Correlation	.482*	.394	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.015	.051		.000
	N	25	25	25	25
TOTAL	Pearson Correlation	.813**	.805**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan komputer dengan bantuan program SPSS. Adapun hasil uji validitas seperti pada tabel berikut :

No	Item Pernyataan	R-tabel	R-hitung	Keterangan
<i>Kualitas Layanan Digital (X1)</i>				
1	X1.1	0,30	0,716	Valid
2	X1.2	0,30	0,832	Valid
3	X1.3	0,30	0,896	Valid
4	X1.4	0,30	0,883	Valid
<i>User Experience (X2)</i>				
1	X2.1	0,30	0,892	Valid
2	X2.2	0,30	0,700	Valid
3	X2.3	0,30	0,740	Valid
4	X2.4	0,30	0,868	Valid
5	X2.5	0,30	0,821	Valid
<i>Kepuasan Pengguna (Y)</i>				
1	Y.1	0,30	0,813	Valid
2	Y.2	0,30	0,805	Valid
3	Y.3	0,30	0,791	Valid

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai corrected item total corelation atau nilai untuk masing-masing variabel $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,30). Ini menunjukkan bahwa item dari setiap pernyataan kuesioner masing-masing variabel tersebut adalah valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Lampiran output SPSS Uji Reliabilitas

Variabel X1:

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	4

Variabel X2:

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	5

Variabel Y:

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	3

Hasil pengujian Reliabilitas adalah sebagai berikut :

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Kualitas Layanan digital(X1)</i>	0,845	Reliabel <i>Cronbach Alpha</i> >Taraf Signifikan (0,6)
<i>User experience (X2)</i>	0,863	Reliabel <i>Cronbach Alpha</i> >Taraf Signifikan (0,6)
<i>Kepuasan Pengguna(Y)</i>	0,719	Reliabel <i>Cronbach Alpha</i> >Taraf Signifikan (0,6)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari pada taraf signifikan 60% (0,6), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian inireliabel artinya bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

Lampiran Tabulasi Data 120 Responden

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL DAN USER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI BRIMO

(Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Kota Bengkulu)

No	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Total	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	Total	Y_1	Y_2	Y_3	Total
1	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	21	4	5	4	13
2	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	4	14
3	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
4	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15
5	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
6	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	23	5	5	5	15
7	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	18	5	4	4	13
8	5	4	5	4	18	4	5	4	3	4	20	5	5	4	14
9	4	3	4	3	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
10	4	3	4	3	14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
11	5	5	5	5	20	4	3	4	4	3	18	4	4	5	13
12	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24	4	4	3	11
13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
14	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15
15	4	4	4	3	15	4	4	5	4	5	22	4	4	4	12
16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
17	4	5	5	5	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	12
18	4	4	5	5	18	5	5	4	5	5	24	5	4	5	14
19	4	5	4	4	17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23	4	4	4	12
21	5	5	5	5	20	5	5	3	4	4	21	5	4	4	13
22	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22	4	4	5	13
23	4	5	5	5	19	3	4	4	4	3	18	5	4	4	13
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
25	3	4	4	4	15	2	4	2	3	4	15	4	3	4	11
26	5	5	5	5	20	3	4	4	3	4	18	5	5	5	15
27	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	3	3	4	10
28	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
29	5	5	5	5	20	3	3	3	3	3	15	5	4	4	13
30	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25	4	5	4	13
31	3	4	4	3	14	4	4	5	4	5	22	4	4	4	12
32	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
33	5	5	5	5	20	2	2	2	2	2	10	3	3	4	10
34	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
35	5	5	5	5	20	4	3	4	5	4	20	5	5	5	15
36	5	5	5	5	20	3	3	3	4	3	16	4	4	3	11
37	5	4	5	4	18	5	4	4	4	4	21	5	5	4	14
38	5	5	5	5	20	4	3	3	4	4	18	5	5	4	14
39	5	4	5	4	18	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15
40	4	3	5	5	17	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13

41	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
43	4	4	5	5	18	4	5	4	4	3	20	5	5	5	15
44	3	3	4	3	13	4	4	3	2	4	17	3	4	4	11
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
46	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14
47	4	3	3	3	13	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
48	5	4	5	5	19	4	4	5	5	5	23	5	4	4	13
49	4	5	5	5	19	4	4	5	4	4	21	5	5	5	15
50	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
51	5	5	5	5	20	4	4	5	4	4	21	4	5	5	14
52	5	5	5	5	20	2	2	3	2	3	12	4	4	3	11
53	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	23	5	5	5	15
54	4	3	4	4	15	5	5	4	5	5	24	4	4	4	12
55	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19	4	5	5	14
56	5	5	5	4	19	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14
57	5	4	5	5	19	2	3	3	3	4	15	4	5	4	13
58	3	5	5	5	18	3	3	3	3	3	15	4	4	4	12
59	5	5	5	5	20	4	4	5	4	4	21	5	4	5	14
60	4	4	4	3	15	4	4	4	3	5	20	4	5	4	13
61	4	4	4	5	17	3	4	4	5	4	20	4	4	5	13
62	3	3	3	4	13	5	5	4	4	4	22	4	3	5	12
63	4	3	4	3	14	5	5	5	4	4	23	4	4	4	12
64	5	5	5	5	20	4	4	3	3	4	18	5	5	5	15
65	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
66	5	5	5	5	20	3	2	3	3	2	13	4	5	4	13
67	5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	24	5	5	5	15
68	5	4	4	5	18	4	5	4	5	4	22	5	4	4	13
69	4	4	4	5	17	4	3	4	4	4	19	4	4	4	12
70	5	5	5	5	20	5	3	4	3	3	18	4	4	5	13
71	4	4	3	4	15	4	4	5	4	3	20	5	4	4	13
72	3	3	2	2	10	4	4	5	4	4	21	3	3	3	9
73	4	5	5	4	18	3	4	3	3	4	17	5	4	4	13
74	3	5	4	3	15	2	4	3	2	4	15	3	3	3	9
75	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
76	5	5	5	5	20	4	4	4	3	4	19	4	5	5	14
77	5	5	5	5	20	4	5	4	4	5	22	5	5	4	14
78	5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	22	5	5	5	15
79	4	3	4	3	14	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9
80	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
81	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15
82	4	5	4	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	3	11
83	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
84	4	4	4	5	17	5	4	5	5	5	24	5	4	4	13
85	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13
86	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19	5	5	4	14
87	5	4	5	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15

88	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	21	5	4	4	13
89	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	5	4	4	13
90	3	4	3	3	13	2	4	3	4	4	17	3	3	3	9
91	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	22	5	4	4	13
92	4	5	4	4	17	4	5	3	3	3	18	4	4	4	12
93	3	4	4	3	14	4	5	5	5	4	23	3	4	4	11
94	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
95	4	4	3	4	15	3	5	4	4	5	21	5	5	5	15
96	3	3	2	3	11	3	4	3	13	3	26	2	3	3	8
97	3	2	3	3	11	3	3	2	11	3	22	3	2	3	8
98	4	3	3	3	13	4	3	3	13	3	26	3	3	3	9
99	3	3	3	3	12	3	3	3	11	3	23	2	3	3	8
100	2	3	3	3	11	2	3	3	11	2	21	3	3	2	8
101	3	4	3	3	13	3	4	3	13	3	26	3	4	3	10
102	3	3	2	3	11	3	3	2	11	3	22	3	3	3	9
103	4	3	3	3	13	3	3	3	13	3	25	4	3	3	10
104	3	2	3	3	11	3	2	3	11	3	22	3	2	3	8
105	3	3	3	3	12	3	3	3	12	3	24	3	3	3	9
106	2	3	3	3	11	2	3	3	11	2	21	3	3	3	9
107	3	3	4	2	12	4	3	3	13	3	26	4	3	3	10
108	3	2	3	3	11	3	3	3	11	3	23	3	3	2	8
109	4	3	3	3	13	3	4	3	13	3	26	3	3	3	9
110	3	3	2	2	10	3	3	2	11	3	22	2	3	3	8
111	3	3	3	3	12	3	3	3	12	3	24	3	3	3	9
112	2	3	3	2	10	2	3	3	11	3	22	2	3	3	8
113	3	4	3	3	13	3	4	3	13	3	26	3	3	3	9
114	3	3	2	2	10	3	2	3	11	2	21	3	3	3	9
115	3	3	3	3	12	3	3	3	12	3	24	3	3	3	9
116	2	3	3	3	11	3	3	3	11	3	23	3	3	3	9
117	3	3	4	2	12	4	3	3	13	3	26	4	3	3	10
118	3	2	3	2	10	3	2	3	11	3	22	3	2	3	8
119	4	3	3	2	12	3	4	3	13	4	27	3	3	3	9
120	3	3	3	2	11	3	3	3	12	3	24	3	3	3	9

LAMPIRAN HASIL OLAH DATA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.143	1.463		.781	.437		
	TOTAL.X 1	.357	.043	.557	8.336	.000	.999	1.001
	TOTAL.X 2	.335	.041	.541	8.101	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

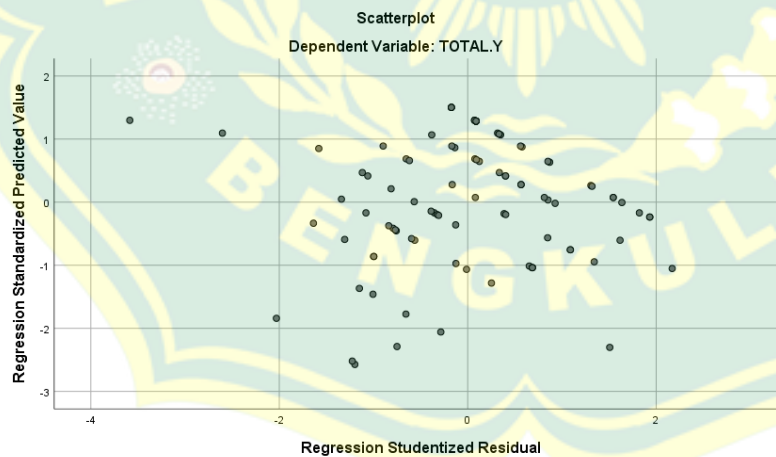
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37186963
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.053
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.589	.581	1.387

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

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	253.995	2	126.997	66.043	.000^b
	Residual	176.910	117	1.923		
	Total	430.905	119			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

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