DAFTAR PUSTAKA

Al-dweeri, R. M., Obeidat, Z. M., Al-dweeri, K. M., & Alshurideh, M. T. (2019). The effect of *E-Service Quality* and *E-Trust* on *E-Customer Loyalty*. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing, 10(1)*, 1–18.

Amin, M., Thurasamy, R., Aldakhil, A. M., & Kaswuri, A. H. (2020). The effect of customer satisfaction and trust on customer loyalty in e-commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services, 54*, 102–118.

Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). *E-Satisfaction* and *E-Loyalty*: A contingency framework. *Psychology & Marketing, 20*(2), 123–138.

Arikunto, S. (2017). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi). Rineka Cipta.

Arora, N., & Sahney, S. (2021). Examining consumers' trust in online shopping: The role of perceived risk and security. *Journal of Internet Commerce, 20(3)*, 245–265.

Bhattacharjee, S., Ghosh, S., & Roy, S. (2020). Digital customer loyalty in mobile banking: The mediating role of satisfaction and trust. *Journal of Financial Services Marketing, 25*(4), 123–135.

Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing, 54*(2), 69–82.

Bilgihan, A., Khan, M., & Alrawadieh, Z. (2022). Determinants of *E-Service Quality* in digital financial platforms. *International Journal of Information Management, 66*, 102534.

Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.

Chen, Y., & Lin, Z. (2019). Understanding *E-Loyalty* formation in e-commerce: The roles of perceived value, trust, and online service quality. *Journal of Internet Commerce, 18(2)*, 120–140.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science, 22*(2), 99–113.

Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2020). Impact of *E-Service Quality* on trust and customer satisfaction in mobile banking. *Journal of Retailing and Consumer Services, 52*, 101–923.

Flavián, C., Guinalíu, M., & Gurrea, R. (2019). *Satisfaction and trust in online services: The moderating role of user experience*. Online Information Review, 43(4), 654–675.

Fornell, C., Morgeson, F. V., Hult, G. T. M., & VanAmburg, D. (2016). The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing, 80(5)*, 7–25.

Fitria, N., & Putra, A. (2019). Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pengguna pada platform digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis, 8(2)*, 112–120.

Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega, 28*(6), 725–737.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It* (2nd ed.). Jossey-Bass.

Gummerus, J., Liljander, V., Pura, M., & van Riel, A. (2004). Customer loyalty to content-based websites: The case of an online health-care service. Journal of Services Marketing, 18(3), 175–186.

Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: An integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of Service Research, 4*(3), 230–247.

Herman, H., Hady, W., & Arafah, W. (2018). Persepsi masyarakat terhadap penggunaan transportasi online Go-Jek di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Sosial Terapan, 5(2)*, 45–56.

Hsu, C. L., Wu, C. C., & Chen, M. C. (2019). Exploring the determinants of consumer trust in online shopping: The role of perceived risk and technology acceptance. *Electronic Commerce Research and Applications*, 36, 100868.

Kartiningrum, E. D. (2022). *Aplikasi Regresi dan Korelasi dalam Analisis Data Hasil Penelitian*. Universitas Airlangga.

Khan, M. A., Zubair, S. S., & Malik, M. (2020). Factors influencing *E-Customer Loyalty*: The mediating role of satisfaction and trust. *Journal of Internet Banking and Commerce, 25(3)*, 1–15.

Kim, J., Park, J., & Lee, H. (2020). Service consistency and customer satisfaction in digital banking applications. *Service Industries Journal, 40*(13–14), 921–944.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Lankton, N., McKnight, D., & Tripp, J. (2020). Technology, humanness, and trust: Rethinking trust in technology. *Journal of the Association for Information Systems, 21(5)*, 1–30.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson.

Leong, L. Y., Hew, T. S., Ooi, K. B., & Lin, B. (2021). Mobile banking adoption: The moderating role of speed and system performance. *Internet Research, 31*(2), 391–420.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson.

Liao, C., Chung, H., & Chang, T. (2022). How website quality and user experience shape *E-Satisfaction* and *E-Loyalty*. *Journal of Retailing and Consumer Services, 68*, 103–131.

Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 4). Salemba Empat.

Mayasari, M., & Audina, A. (2020). *The influence of e-service website quality on e-customer satisfaction: Efficiency, system availability, fulfillment and privacy.* Politeknik Negeri Batam.

Mou, J., Shin, D., & Cohen, J. (2020). Trust and risk in consumer acceptance of e-services. *Electronic Commerce Research*, 20(2), 343–372.

Nisar, T. M., & Prabhakar, G. (2019). What factors determine *E-Loyalty*? The role of customer experience in online shopping. *Journal of Retailing and Consumer Services, 50*, 304–311.

Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). Routledge.

Oliver, R. L. (1999). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.

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.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Review Press.

Rachmawati, E. (2023). Digital transformation in Indonesian banking: Opportunities and challenges. *Jurnal Manajemen dan Teknologi, 23*(1), 44–58.

Rana, N. P., Luthra, S., & Dwivedi, Y. K. (2021). Evaluating user adoption of mobile banking applications. *Information Systems Frontiers, 23*(3), 689–709.

Reichheld, F. F., & Schefter, P. (2000). *E-Loyalty*: Your secret weapon on the web. *Harvard Business Review, 78*(4), 105–113.

Rita, P., Vázquez-Casielles, M. V., & Iglesias, F. G. (2019). The impact of *E-Service Quality* and website design on *E-Satisfaction. Journal of Retailing and Consumer Services, 48*, 1–8.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Universitas Medan Area.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.

Shankar, V., Smith, A. K., & Rangaswamy, A. (2020). Customer satisfaction in the digital era: A conceptual framework. *Journal of Interactive Marketing, 50*, 1–15.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2012). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.

Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-30). Alfabeta.

Tjiptono, F. (2017). *Service quality & satisfaction* (Edisi 4). Andi Offset.

Turban, E., King, D., Lee, J., & Liang, T.-P. (2015). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective.* Springer.

Tseng, T., & Wang, H. (2022). Cybersecurity risk perception and trust in mobile financial services. *Computers & Security, 113*, 102556.

Widyantara, I. M. M., & Yasa, N. N. K. (2019). Pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada layanan digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 16(2),* 145–156.

Wolfinbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). *eTailQ: Dimensionalizing, Measuring and Predicting eTail Quality*.

Zahriyah, S. E. A. (2022). Ekonometrika – Teknik dan Aplikasi dengan SPSS. UIN Khasanah.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Zhao, Y., Wang, X., & Chen, L. (2021). Digital finance and user experience in the era of mobile banking. *Journal of Digital Economy, 1*(2), 95–112.

L A M P I R A N

KUESIONER

1) Identitas Responden

Berilah tanggapan dengan mengisi titik-titik atau memberi tanda centang (🌍) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i.

1. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia :
3. Pendidikan :
4. Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (X) atau tanda centang (🌍) pada yang dipilih dan yang sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai berikut :

SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

1. *E-Service Quality* (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Accessibility						
1	Saya merasa mudah mengakses layanan digital yang disediakan aplikasi BRImo.					
2	Informasi pada aplikasi BRImo mudah ditemukan tanpa memerlukan banyak langkah.					
Responsiveness						
3	Layanan digital BRImo memberikan tanggapan yang cepat ketika saya membutuhkan bantuan.					
4	Pertanyaan atau keluhan saya melalui fitur layanan BRImo selalu dijawab dengan segera.					
Assurance						
5	Saya merasa aman ketika memberikan data pribadi melalui aplikasi BRImo.					
6	Aplikasi BRImo memberikan rasa percaya karena informasinya jelas dan dapat diandalkan.					
Reliability						
7	Aplikasi BRImo jarang mengalami error atau gangguan saat digunakan.					
8	Menu dan fitur dalam aplikasi BRImo selalu berfungsi sesuai dengan yang dijanjikan.					
Interface Quality						
9	Tampilan antarmuka aplikasi BRImo terlihat rapi dan mudah dipahami.					
10	Penggunaan warna, ikon, dan menu pada BRImo membuat saya nyaman dalam menggunakannya.					

2. *E-Trust* (X_2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Security						
1	Saya merasa sistem keamanan pada aplikasi BRImo mampu melindungi data dan transaksi saya.					
2	Saya yakin aplikasi BRImo memiliki teknologi keamanan yang memadai untuk mencegah penyalahgunaan.					
Privacy Protection						
3	Saya merasa data pribadi saya tidak akan disebarkan tanpa izin oleh pihak BRImo/Bank BRI.					
4	Saya percaya bahwa aplikasi BRImo menjaga kerahasiaan informasi pribadi saya dengan baik.					
Performance Reliability						
5	Saya jarang mengalami gangguan ketika menggunakan fitur-fitur yang ada pada aplikasi BRImo.					
6	Aplikasi BRImo mampu memberikan hasil atau respons sesuai dengan yang saya harapkan.					
Merchant Reputation						
7	Saya percaya menggunakan aplikasi BRImo karena reputasi BRI sebagai penyedia layanan yang baik.					
8	Saya memiliki persepsi positif terhadap aplikasi BRImo berdasarkan ulasan atau pengalaman pengguna lain.					

3. *E-Satisfaction* (X_3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Product/Service Performance						
1	Produk/layanan yang saya terima melalui aplikasi BRImo sesuai dengan ekspektasi saya.					
2	Kualitas produk/layanan yang diberikan melalui BRImo telah memenuhi kebutuhan saya.					
3	Produk/layanan yang saya dapatkan melalui BRImo selalu berfungsi atau bekerja dengan baik.					
Experience Outcome						
4	Pengalaman saya saat menggunakan aplikasi BRImo memberikan hasil yang memuaskan.					
5	Proses yang saya lalui selama menggunakan aplikasi BRImo terasa mudah dan efektif.					
6	Saya merasa mendapatkan manfaat yang sesuai dari pengalaman menggunakan aplikasi BRImo.					
Emotional Response & Post-Purchase Evaluation						
7	Setelah menggunakan aplikasi BRImo, saya merasa puas dan nyaman.					
8	Pengalaman setelah melakukan transaksi di BRImo membuat saya yakin bahwa keputusan saya menggunakan aplikasi ini sudah tepat.					
9	Setelah menerima layanan atau menyelesaikan transaksi melalui BRImo, saya tidak memiliki keluhan berarti dan merasa puas secara keseluruhan.					

4. *E-Customer Loyalty* (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Repeat Purchase						
1	Saya bersedia melakukan transaksi ulang melalui aplikasi BRImo di kemudian hari.					
2	Saya merasa puas sehingga ingin terus menggunakan layanan BRImo.					
3	BRImo menjadi salah satu pilihan utama saya ketika ingin melakukan transaksi perbankan serupa.					
Referrals						
4	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi BRImo kepada teman atau keluarga.					
5	Saya merasa BRImo cukup baik untuk dibagikan atau disarankan kepada orang lain.					
6	Saya percaya orang lain juga akan puas jika menggunakan aplikasi BRImo.					
Retention						
7	Saya tetap ingin menggunakan aplikasi BRImo meskipun banyak alternatif layanan perbankan digital lainnya.					
8	Saya merasa memiliki keterikatan positif dengan aplikasi BRImo.					
9	Saya tidak berniat berpindah ke aplikasi lain selama layanan di BRImo tetap memuaskan.					

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus IV, Jl. Adam Malik KM 8.5, Sido Mulyo, Gading Cempaka, Kota Bengkulu, 38221
febi.umb.ac.id
febi@umb.ac.id
(0736) 22765
(0736) 26161

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 069-KET/DF.02-UMB/2026

Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu Menerangkan bahwa :

Nama	: Tri Margaretha
NPM	: 2261201205
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh E-Service Quality,E-trust,E-Satisfaction,terhadap E-Customer loyalty pengguna Brimo Kantor Cabang Bengkulu

Dinyatakan sudah memenuhi syarat bebas plagiarisme sebesar 29% (Terlampir) batas maksimal plagiarisme yaitu kurang dari 40% pada setiap naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian skripsi.

Bengkulu, 28 Juli 2026

Kepala

Erine Peresilia, S.E

NBK. 1094911 441

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus IV, Jl. Adam Malik KM 8.5, Sido Mulyo, Gading Cempaka, Kota Bengkulu, 38221
febi.umb.ac.id
febi@umb.ac.id
(0736) 22765
(0736) 26161

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
Nomor : 0589/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2026

T E N T A N G
PERPANJANGAN MASA BIMBINGAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

Menimbang :
1. Bahwa untuk menyelesaikan perkuliahan di Program Studi Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Islam mahasiswa wajib menyusun Skripsi
2. Bahwa mahasiswa yang bersangkutan belum dapat menyelesaikan Skripsinya sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan, maka dipandang perlu untuk menggantinya dengan menerbitkan Surat Keputusan Dekan terbaru.

Mengingat :
1. Undang-undang nomor 12 Tahun 2012, Tentang Perguruan Tinggi
2. Undang-undang nomor 20 Tahun 2012, Tentang SISDIKNAS
3. SK. Mendiknas No. 232/U/2000, Tentang Penyusuan Kurikulum dan Penilaian Hasil Belajar Mahasiswa.
4. SK LAMEMBA No. 390/DE/A.5/AR/10/IV/2023 menyatakan bahwa Program Studi Akuntansi Pada Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terakreditas Baik Sekali.
5. SK LAMEMBA No. 447/DE/A.5/AR.10/V/2023 menyatakan bahwa Program Studi Manajemen Pada Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Bengkulu Terakreditas Baik Sekali.
6. SK Badan Akreditas Nasional Perguruan Tinggi No. 11082/SK/BAN-P T/Akred/S/IX/2021 tentang Status Program Studi Ekonomi Islam
7. Peraturan Perguruan Tinggi Muhammadiyah tahun 2012
8. Statuta Universitas Muhammadiyah Bengkulu
9. Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Memperhatikan : Surat permohonan Saudara, **Tri Margaretha, NPM.2261201105** tentang perpanjangan SK bimbingan No : 1051/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2025, pada tanggal 6 Juli 2026

M E M U T U S K A N

Menetapkan :

Pertama : Memperpanjang SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis No: 1051/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2025, yang habis tanggal 6 Mei 2026, selama 6 Bulan berikut, **sebagai perpanjangan Skripsi**

Kedua : Apabila sampai dengan tanggal, **6 November 2026**, belum juga dapat menyelesaikan skripsinya, maka dapat diperpanjang setelah mahasiswa yang bersangkutan membayar bimbingan skripsi sesua. dengan ketentuan yang berlaku.

Ketiga : Dosen Pembimbing, Tetap Seperti yang Tertera Pada SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis No.1051/KEP/DF.2/II.3.AU/C/2025 tanggal, 6 November 2025.

Dosen Pembimbing	Judul Skripsi
Eti Arini, SE., MM	**Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Satisfaction Terhadap E-Customer Loyality Pengguna Brimo Kantor Cabang Bengkulu**

Keempat : Mahasiswa tersebut diizinkan mengikuti bimbingan dalam rangka menyelesaikan skripsinya sampai dengan batas yang telah ditentukan pada ketetapan pertama.

Kelima : Pembimbing berkewajiban membimbing proposal, seminar sampai dengan pengujian dan perbaikan skripsi.

Keenam : Semua biaya bimbingan skripsi termasuk honor pembimbing di bayar sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Ketujuh : Keputusan ini berlaku sejak tanggal, **6 Mei 2026 s.d 6 November 2026**, dengan ketentuan segala sesuatu akan diperbaiki sebagaimana mestinya apa bila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI : Bengkulu
PADA TANGGAL : 6 Juli 2026
Dekan,

Purgoni Ranidiah, SE. MM
NBK. 052.804.269

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. [illegible]
feb.umb.ac.id
febi@umb.ac.id
(0736) 22765
(0736) 26161

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : 414./WD.II /PERPUS/FEB/06.2026

Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, dengan ini menerangkan bahwa:

N a m a	: Tri Margaretha
NIM/NPM	: 2261201205
Prodi	: Manajemen
No Anggota	: -

Di nyatakan telah bebas dari pinjaman buku dan administrasi lainnya di Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 29 Juni 2026
Penanggung Jawab Perpustakaan,

Ahmad Junaidi SE..M.Si
NIDN. 0201017102

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
UNIT PELAKSANA TEKNIS PUSAT BAHASA
Kampus I, Jl. Bali, Kampung Bali, Teluk Segara, Kota Bengkulu, 38119
pusatbahasa.umb.ac.id
pusatbahasaumbku@gmail.com
(0736) 22765
(0736) 26161

SURAT KETERANGAN
No. A.7346/UPT-PB/UMB/2026

Kepala UPT Pusat Bahasa Universitas Muhammadiyah Bengkulu menerangkan bahwa Abstrak berbahasa Inggris Skripsi/Tesis atas nama:

Nama : Tri Margaretha
Program Studi : Manajemen

Benar telah diserahkan untuk di-***Proofread*** pada tanggal 4 September oleh UPT Pusat Bahasa Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 7 September 2026
Kepala

Kiagus Baluqiah, M.Pd.
NBK : 074871412

SURAT KETERANGAN IZIN CETAK

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi mahasiswa :

Nama	:	Tri Margaretha
NPM	:	2261201205
Program Studi	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Pengaruh E-service quality,E-trust,E-satisfaction terhadap E-customer loyalty pengguna Brimo kantor cabang Bengkulu.

Dengan ini menerangkan bahwa yang bersangkutan telah melengkapi dan memperbaiki Skripsi sesuai dengan masukan dan saran Dewan Penguji Skripsi pada Sidang Skripsi Tanggal 30 Juli 2026.

Demikian keterangan ini dibuat sebagai syarat Cetak/ Jilid Skripsi.

Dewan Penguji :

1. Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M 1.....
2. Reni Indriani, S.E.,M.M 2.....
3. Eti Arini,S.E.,M.M 3.....

REKOMENDASI/PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi, Menyetujui perbaikan Skripsi mahasiswa :

Nama : Tri Margaretha
NPM : 2261201205
Judul Skripsi : PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST, E-SATISFACTION TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA BRIMO KANTOR CABANG BENGKULU

Dengan catatan telah memperbaiki apa yang disarankan olch Dosen Penelaah dan Pembimbing pada ujian tanggal 30 Juli 2026 sebagai berikut::

NO.	CATATAN / SARAN	HALAMAN
1.	-Latar belakang tambahkan gap Penelitian sebelumnya, tidak boleh mencantumkan kalimat yang hanya pernyataan tidak dapat dipertanggungjawabkan.	
2.	-Referensi atau teori terbaru >2020	
3.		

Bengkulu,.....2026

Penguji dan Pembimbing:

1. Dr. Meilaty Fintharisari, S.E., M.M .....
2. Reni Insriani, S.E., M.M .....
3. Eti Arini, S.E., M.M .....

No	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	TOTAL X1
1	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44
3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
7	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	47
8	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
15	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	34
16	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
17	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	33
18	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
19	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	37
22	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	33
23	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	45
24	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	31
25	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
26	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
27	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
28	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
29	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	29
30	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
31	5	4	5	5	4	5	3	3	4	5	43
32	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
33	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
34	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	41
35	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	35
36	4	4	4	5	4	3	3	5	5	5	42
37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
38	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	41
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

40	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	34
41	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	44
42	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	36
43	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	28
44	2	3	2	3	3	2	4	3	2	3	27
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	34
47	4	4	5	4	5	4	3	4	5	3	41
48	3	5	4	4	4	4	4	5	3	3	39
49	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	39
50	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	27
51	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	36
52	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	46
53	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
54	3	5	4	4	4	4	3	5	4	3	39
55	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	17
56	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

No	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	TOTAL X2
1	4	4	3	4	4	4	4	3	30
2	3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	3	4	2	3	3	3	5	2	25
5	3	3	2	3	4	3	3	3	24
6	3	3	3	4	3	3	3	2	24
7	4	4	3	3	3	5	3	4	29
8	2	3	3	3	3	4	3	3	24
9	4	5	4	5	5	4	4	4	35
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	5	5	5	5	5	5	5	39
12	4	3	5	4	4	4	5	4	33
13	5	5	4	4	5	5	3	4	35
14	4	3	3	4	4	4	5	4	31
15	5	5	5	5	5	4	5	5	39
16	5	4	4	5	5	5	5	5	38
17	5	4	5	5	5	5	5	5	39
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	4	5	5	5	5	5	5	39
20	5	5	5	5	5	4	4	5	38
21	4	3	3	3	4	4	4	3	28
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	3	4	4	4	3	3	4	5	30
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	4	5	5	4	5	4	37
27	3	5	5	5	5	5	4	5	37
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	4	4	4	5	4	5	4	35
30	4	3	4	4	3	4	4	4	30
31	4	3	4	4	4	5	5	4	33
32	4	5	3	4	4	4	4	4	32
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	3	3	4	4	4	4	3	5	30
35	3	3	3	2	2	2	3	3	21
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	5	5	5	5	5	5	5	39
38	4	4	5	5	5	4	4	4	35
39	4	4	4	4	4	5	5	5	35

40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	3	3	4	3	3	4	3	4	27
42	3	4	4	4	4	3	4	3	29
43	5	5	4	5	5	4	5	4	37
44	5	4	4	5	4	3	4	3	32
45	3	5	3	4	4	3	4	4	30
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	4	5	5	5	5	5	39
49	3	4	4	4	3	4	5	3	30
50	5	4	5	4	4	3	4	4	33
51	5	4	5	4	4	3	4	4	33
52	4	5	4	4	5	5	5	4	36
53	3	3	3	2	3	4	3	3	24
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	2	2	2	3	2	3	2	1	17
56	2	2	2	3	2	1	3	2	17
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	5	3	5	4	4	4	5	34
60	4	5	5	5	5	5	5	5	39

No	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	TOTAL X3
1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	42
6	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42
7	4	4	3	3	4	4	4	4	5	35
8	4	4	3	4	5	4	3	4	2	33
9	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
10	4	3	2	2	3	2	4	3	3	26
11	5	4	4	4	4	3	5	4	4	37
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
13	5	4	3	4	5	5	5	4	4	39
14	5	5	5	4	4	5	5	5	4	42
15	3	4	4	3	4	3	5	3	4	33
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
18	4	4	3	4	4	3	5	4	4	35
19	3	3	3	4	3	4	3	4	3	30
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
22	3	4	5	3	4	4	5	3	3	34
23	3	4	4	5	4	5	5	4	5	39
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
25	5	4	4	5	5	5	5	5	4	42
26	4	3	4	4	3	3	3	3	4	31
27	3	2	2	3	2	2	2	3	4	23
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
31	3	4	3	3	5	4	5	4	4	35
32	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
34	5	3	4	4	3	5	5	5	4	38
35	5	4	3	3	5	5	5	3	5	38
36	4	5	5	3	5	5	5	5	4	41
37	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40
38	3	4	4	4	4	4	4	3	3	33
39	4	3	4	5	4	4	4	3	3	34

40	4	4	4	5	4	4	5	3	5	38
41	4	4	5	5	5	4	5	4	5	41
42	3	2	1	3	1	2	2	3	2	19
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
44	4	3	5	5	4	5	5	4	4	39
45	5	4	4	3	5	5	5	4	3	38
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	3	4	4	4	3	4	4	5	4	35
49	5	3	4	4	4	3	4	5	5	37
50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
51	3	3	2	3	3	3	4	4	4	29
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
55	5	4	5	5	4	4	3	4	5	39
56	5	2	4	4	4	4	4	3	4	34
57	3	3	4	4	4	4	5	3	3	33
58	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

No	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	TOTAL Y
1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
2	4	5	4	4	3	4	5	4	4	37
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41
6	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
7	4	5	5	5	4	3	5	4	5	40
8	3	3	4	4	4	3	5	4	5	35
9	4	5	5	5	5	4	4	5	5	42
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
14	4	4	5	5	3	5	4	5	5	40
15	5	4	3	4	4	4	4	3	4	35
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
18	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
19	5	4	3	5	4	5	3	4	4	37
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
21	3	3	5	4	4	2	3	4	4	32
22	4	5	3	4	4	4	4	3	4	35
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
24	3	4	5	3	4	3	3	4	4	33
25	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
26	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
27	4	4	4	3	4	4	5	5	5	38
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	4	3	4	5	4	3	4	3	4	34
30	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
31	4	5	4	4	4	3	3	5	5	37
32	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
33	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
34	5	5	4	4	4	5	4	4	3	38
35	3	3	3	3	3	4	3	3	4	29
36	5	3	4	4	3	5	5	5	5	39
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	3	4	3	4	4	5	4	3	3	33
39	5	5	3	5	5	4	5	5	5	42

40	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
41	4	5	5	4	4	4	5	4	4	39
42	2	4	3	3	4	3	3	3	3	28
43	4	4	3	4	3	3	4	5	4	34
44	3	4	3	3	4	3	4	4	3	31
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
46	5	5	3	5	4	5	5	5	4	41
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	5	5	4	5	5	5	5	5	3	42
49	4	4	3	4	3	4	3	5	4	34
50	4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
51	3	3	3	4	4	4	2	4	3	30
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
53	5	3	4	4	3	5	4	3	4	35
54	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
55	1	2	1	2	2	3	1	2	2	16
56	2	2	2	3	3	3	2	2	3	22
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
58	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.708**	.788**	.774**	.729**	.743**	.643**	.610**	.751**	.837**	.895**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.708**	1	.739**	.721**	.773**	.694**	.601**	.731**	.743**	.670**	.872**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.788**	.739**	1	.737**	.717**	.782**	.563**	.649**	.765**	.721**	.882**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.774**	.721**	.737**	1	.722**	.696**	.627**	.592**	.716**	.673**	.852**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.729**	.773**	.717**	.722**	1	.655**	.678**	.667**	.696**	.606**	.852**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	.743**	.694**	.782**	.696**	.655**	1	.639**	.570**	.706**	.694**	.852**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,955	10

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	.643**	.601**	.563**	.627**	.678**	.639**	1	.548**	.501**	.579**	.755**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.8	Pearson Correlation	.610**	.731**	.649**	.592**	.667**	.570**	.548**	1	.710**	.609**	.792**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.9	Pearson Correlation	.751**	.743**	.765**	.716**	.696**	.706**	.501**	.710**	1	.746**	.866**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.10	Pearson Correlation	.837**	.670**	.721**	.673**	.606**	.694**	.579**	.609**	.746**	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.895**	.872**	.882**	.852**	.852**	.852**	.755**	.792**	.866**	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
BENGKULU

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL_x2
X2.1	Pearson Correlation	1	.683**	.717**	.731**	.788**	.602**	.693**	.683**	.857**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.683**	1	.636**	.775**	.795**	.606**	.642**	.714**	.848**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.717**	.636**	1	.768**	.740**	.636**	.648**	.797**	.866**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.731**	.775**	.768**	1	.841**	.598**	.715**	.742**	.894**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.788**	.795**	.740**	.841**	1	.713**	.709**	.756**	.920**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	.602**	.606**	.636**	.598**	.713**	1	.598**	.732**	.798**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,00	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,950	8

				0						
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.7	Pearson Correlation	.693**	.642**	.648**	.715**	.709**	.598**	1	.645**	.815**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.8	Pearson Correlation	.683**	.714**	.797**	.742**	.756**	.732**	.645**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL_x2	Pearson Correlation	.857**	.848**	.866**	.894**	.920**	.798**	.815**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.557**	.526**	.533**	.606**	.567**	.450**	.614**	.528**	.735**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.557**	1	.685**	.570**	.785**	.703**	.657**	.718**	.581**	.862**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.526**	.685**	1	.704**	.673**	.720**	.619**	.593**	.570**	.844**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	.533**	.570**	.704**	1	.542**	.644**	.437**	.600**	.614**	.777**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.5	Pearson Correlation	.606**	.785**	.673**	.542**	1	.747**	.711**	.573**	.517**	.848**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.6	Pearson Correlation	.567**	.703**	.720**	.644**	.747**	1	.702**	.675**	.549**	.869**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,934	9

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.7	Pearson Correlation	.450**	.657**	.619**	.437**	.711**	.702**	1	.522**	.547**	.774**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.8	Pearson Correlation	.614**	.718**	.593**	.600**	.573**	.675**	.522**	1	.593**	.807**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.9	Pearson Correlation	.528**	.581**	.570**	.614**	.517**	.549**	.547**	.593**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.735**	.862**	.844**	.777**	.848**	.869**	.774**	.807**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.620**	.584**	.746**	.534**	.709**	.702**	.657**	.641**	.852**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.620**	1	.532**	.569**	.626**	.509**	.665**	.637**	.496**	.774**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.584**	.532**	1	.600**	.644**	.404**	.655**	.654**	.737**	.801**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	.746**	.569**	.600**	1	.651**	.632**	.650**	.691**	.654**	.843**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	.534**	.626**	.644**	.651**	1	.472**	.600**	.621**	.586**	.780**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y6	Pearson Correlation	.709**	.509**	.404**	.632**	.472**	1	.603**	.549**	.431**	.728**
	Sig. (2-tailed)	0,00	0,000	0,001	0,00	0,000		0,00	0,000	0,001	0,000

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,934	9

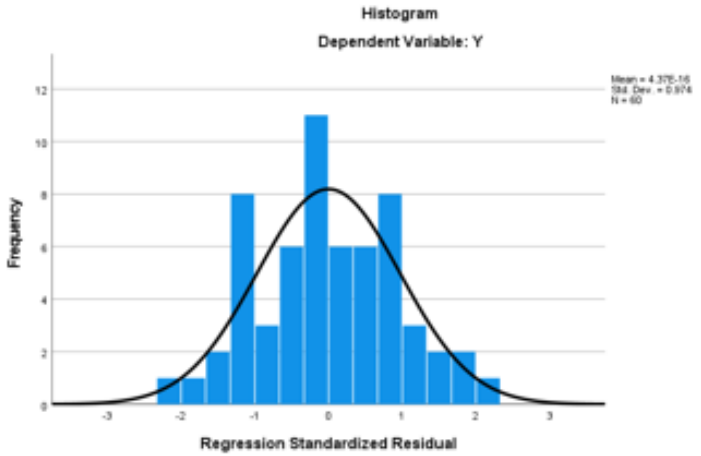
		0			0			0			
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y7	Pearson Correlation	.702**	.665**	.655**	.650**	.600**	.603**	1	.652**	.658**	.854**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y8	Pearson Correlation	.657**	.637**	.654**	.691**	.621**	.549**	.652**	1	.745**	.849**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y9	Pearson Correlation	.641**	.496**	.737**	.654**	.586**	.431**	.658**	.745**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000		0,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.852**	.774**	.801**	.843**	.780**	.728**	.854**	.849**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

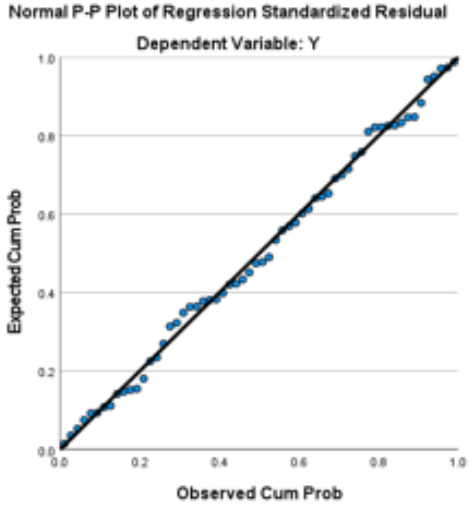
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			60
Normal Parameters[a,b]	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		1,91973940
Most Extreme Differences	Absolute		0,052
	Positive		0,052
	Negative		-0,050
Test Statistic			0,052
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		0,961
	99% Confidence	Lower Bound	0,956
		Upper Bound	0,966

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples





MULTI

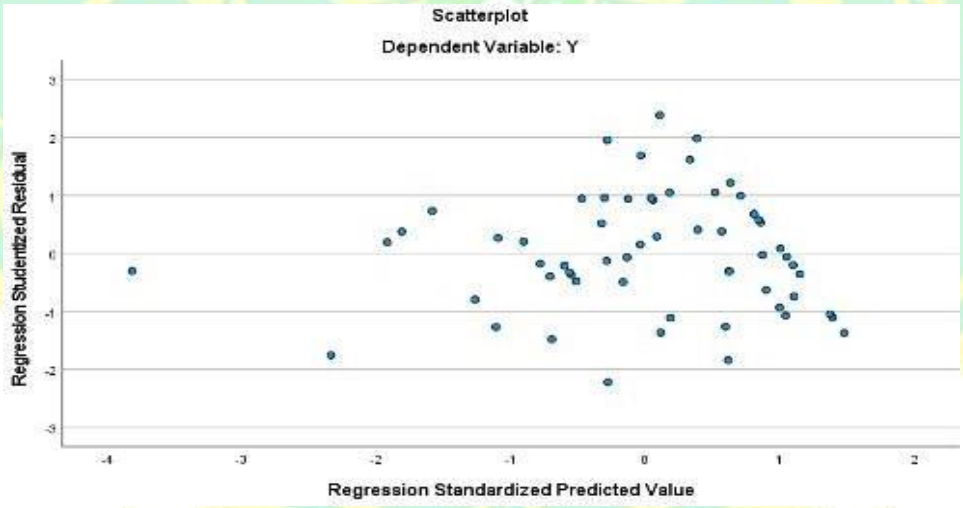
Coefcients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12,205	2,474		-4,934	0,000		
	X1	0,558	0,035	0,680	16,159	0,000	0,971	1,030
	X2	0,502	0,041	0,510	12,119	0,000	0,972	1,029
	X3	0,274	0,041	0,275	6,627	0,000	0,997	1,003

a. Dependent Variable: Y

HETERO

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-12,205	2,474		-4,934	0,000
	X1	0,558	0,035	0,680	16,159	0,000
	X2	0,502	0,041	0,510	12,119	0,000
	X3	0,274	0,041	0,275	6,627	0,000



Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-12,205	2,474		-4,934	0,000
	X1	0,558	0,035	0,680	16,159	0,000
	X2	0,502	0,041	0,510	12,119	0,000
	X3	0,274	0,041	0,275	6,627	0,000

R2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.951[a]	0,904	0,899	1,970

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

T

Coefcients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-12,205	2,474		-4,934	0,000
	X1	0,558	0,035	0,680	16,159	0,000
	X2	0,502	0,041	0,510	12,119	0,000
	X3	0,274	0,041	0,275	6,627	0,000

a. Dependent Variable: Y

F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2040,295	3	680,098	175,155	.000[b]
	Residual	217,439	56	3,883		
	Total	2257,733	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1