

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Karakteristik pelanggan Starbucks dan Excelso yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan dan pada umumnya berusia 14 – 24 tahun. Mayoritas pelanggan kedai kopi tersebut memiliki rata-rata pengeluaran per bulan untuk *hangout* sebesar kurang dari sama dengan Rp.1.000.000.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa citra merek mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik citra merek yang dimiliki suatu kedai kopi maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Selanjutnya, kualitas yang dirasakan mempengaruhi citra merek artinya semakin baik kualitas yang dirasakan pelanggan maka citra merek yang terbentuk juga semakin baik. Kemudian kualitas yang dirasakan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang artinya jika pelanggan merasakan kualitas yang semakin baik, maka kepuasan yang dirasakan pelanggan juga semakin tinggi.

Kualitas yang dirasakan tidak mempengaruhi niat beli ulang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik atau buruknya kualitas yang dirasakan pelanggan tidak akan mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Selanjutnya, kepuasan pelanggan mempengaruhi niat beli ulang yang berarti semakin tinggi tingkat

kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka niat untuk melakukan pembelian ulang juga akan meningkat. Kemudian motif pembelian berdasarkan emosi mempengaruhi niat beli ulang. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi motif pembelian berdasarkan emosi, maka akan meningkatkan niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Dari analisis *beta* variabel kepuasan pelanggan didapatkan bahwa variabel kualitas yang dirasakan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan baik untuk Starbucks maupun Excelso. Kemudian untuk variabel niat beli ulang didapatkan bahwa variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan pada Starbucks. Sedangkan variabel motif pembelian berdasarkan emosi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap niat beli ulang pelanggan pada Excelso.

## 5.2. Kelemahan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki beberapa kelemahan, yaitu responden dalam penelitian ini tidak dibatasi dengan kapan terakhir kali mereka mengunjungi Starbucks dan Excelso. Kemudian dalam penelitian ini tidak ditemukannya referensi penelitian terdahulu dalam industri kopi yang menunjukkan hubungan antara motif pembelian berdasarkan emosi ke niat beli ulang. Sehingga hipotesis keenam yang mengatakan bahwa motif pembelian berdasarkan emosi mempengaruhi niat beli ulang

dibangun berdasarkan dari penelitian terdahulu mengenai motif pembelian berdasarkan emosi mempengaruhi *compulsive buying*.

### **5.3. Saran untuk Penelitian Berikutnya**

Meskipun dalam penelitian ini mengatakan bahwa motif pembelian berdasarkan emosi mempengaruhi niat beli ulang, namun disarankan untuk melakukan uji ulang pengaruh tersebut agar memperkuat dasar teori ini.

### **5.4. Implikasi Manajerial**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah variabel paling mempengaruhi niat beli ulang pada Starbucks dan motif pembelian berdasarkan emosi adalah variabel paling mempengaruhi niat beli ulang pada Excelso. Sehingga, pihak manajemen Starbucks perlu memberikan perhatian yang lebih terhadap faktor kepuasan pelanggan untuk dapat meningkatkan niat pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Sedangkan pihak manajemen Excelso perlu memberikan perhatian yang lebih terhadap faktor motif pembelian berdasarkan emosi untuk dapat meningkatkan niat pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Sehingga, kedai kopi Starbucks maupun Excelso dapat semakin maju dan berkembang karena mampu mempertahankan pelanggan dan menarik konsumen baru untuk kembali datang ke kedai kopi mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhaddad, A., 2015. Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty. *Journal of Research in Business and Management*, III(4), pp.1-8.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI), 2009. *Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI)*. [Online] Available at: <http://www.aeki-aice.org/> [Accessed 33 November 2017].
- Balla, E., Ibrahim, B. & Ali, H., 2015. The Impact Of Relationship Quality On Repurchase Intention Towards The Customers Of Automotive Companies In Sudan. *British Journal of Marketing Studies*, III(4), pp.1-15.
- Chen, C.F. & Tseng, W.S., 2010. Exploring Customer-based Airline Brand Equity: Evidence from Taiwan. *Transportation Journal*, pp.24-34.
- Choi, E.J. & Kim, S.H., 2013. The Study of the Impact of Perceived Quality and Value of Social Enterprises on Customer Satisfaction and Re-Purchase Intention. *International Journal of Smart Home*, VII(1), pp.239-52.
- Danesh, N., Nasab, & Ling, K., 2012. The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of Business and Management*, VII(7), pp.141-50.
- Dittmar, H., Long, K. & Bond, R., 2007. When A Better Self Is Only A Button Click Away: Associations Between Materialistic Values, Emotional And Identity-Related Buying Motives, And Compulsive Buying Tendency Online. *Journal of Social and Clinical Psychology*, XXVI(3), pp.334-61.
- Frontier Consulting Group, 2014. *Top Brand Award*. [Online] Available at: [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2) [Accessed 3 November 2017].
- Ghozali, I. & Latan, H., 2015. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. 2nd ed. Semarang: UNDIP.

- Gundersen, M.G., Heide, M. & Olsson, U.H., 1996. Hotel Guest Satisfaction among Business Travelers: What Are the Imposrtant Factors? *Hotel And Restaurant Administration Quaterly*, XXXVII(2), pp.72-81.
- Haery, , Ghorbani, & Zamani, B., 2014. Investigating the Relationship between Corporate Reputation and Customer Behavioral Intentions through Roles of Customer Trust, Customer Commitment and Customer Recognition (Case Study: Iran Insurance Company in Iran, Isfahan City). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, IV(4), pp.470-84.
- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. & Rickard, J.A., 2003. Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, XXXVII, pp.1762-800.
- He, Y., Zou, D. & Jin, L., 2010. Exploiting the goldmine: a lifestyle analysis of affluent Chinese consumers. *Journal of Consumer Marketing*, XXVII(7), pp.615–28.
- Iglesias, M.P. & Guillen, M.J.Y., 2004. Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, XVI(6), pp.373-79.
- Isik, A. & Yasar, M.F., 2015. Effects of Brand on Consumer Preferences: A study in Turkmenistan. *Eurasian Journal of Business and Economics*, VIII(16), pp.139-50.
- Kotler, P. & Keller, K.L., 2016. *Marketing Management*. 15th ed. United States: Pearson Education,Inc.
- Lee, G.G. & Lin, H.F., 2005. Customer perceptions of e-service quality in online shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, XXXIII(2), pp.161-76.
- Luo, X. & Homburg, C., 2007. Neglected Outcomes of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing*, LXXI(2), pp.133-49.
- Malik, M.E., Ghafoor, M.M. & Iqbal, H.K., 2013. Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal*, XXIII(1), pp.117-22.

- O'Neill, J.W. & Xiao, Q., 2006. The Role of Brand Affiliation in Hotel Market Value. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, XLVII(3), pp.1-14.
- Rahman, H., Redwanuzzaman, Masud-UI-Hasan & Rahman, A., 2014. Factors Affecting Customer Satisfaction on Grameenphone users in Bangladesh. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, XIV(3), pp.57-66.
- Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M.R. & Hadadian, A., 2012. An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, VII(6), pp.40-48.
- Rizwan, M., Usman, A. & Tajamul, H., 2013. The Impact of The Perceived Quality, Customer Satisfaction, Brand Trust and Contextual Factors on Brand Loyalty. *CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management*, IV(3), pp.83-89.
- Roy, D. & Banerjee, S., 2007. CARE-ing strategy for integration. *International Journal of Commerce and Management of brand identity with brand image*, XVII(1/2), pp.140-48.
- Said, I., 2012. Coffee Shops and Modern Lifestyle in Makassar, Indonesia. *Sandwich-like Fellows Working Papers*, pp.1-16.
- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J.L., 2015. *Consumer Behavior*. 11th ed. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Sekaran , U. & Bougie, R., 2016. *Research Methods for Businesses*. 7th ed. United Kingdom: John Wiley & Sons Inc.
- Severi, E. & Ling, K.C., 2013. The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand. *Asian Social Science*, IX(3), pp.125-37.
- Shahroudi, K. & Naimi, S.S., 2014. The Impact of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention (Case Study: Consumer of Hygiene Products). *International Journal of Engineering Innovation & Research*, III(1), pp.57-61.

- Snoj, B., Korda, A.P. & Mumel, D., 2004. The relationships among perceived quality, perceived risk and perceived product value. *Journal of Product & Brand Management*, XIII(3), pp.156-67.
- Susanty, A. & Kenny, E., 2015. The Relationship between Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty on Coffee Shop: Study of Excelso and Starbucks. *Asean Marketing Journal*, VII(1), pp.14-27.
- Tangsupwattana, W. & Liu, X., 2018. Effect of emotional experience on symbolic consumption in Generation Y consumers. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Tu, Y.T., Wang, C.M. & Chang, H.C., 2012. Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan. *Journal of Social and Development Sciences*, III(1), pp.24-32.
- Van der Schaar Investments, 2011. *Investing in Indonesia / Indonesia Investments*. [Online] Available at: <https://www.indonesia-investments.com/> [Accessed 3 November 2017].
- Wang, Y., Lo, H.-P. & Yang, Y., 2004. An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry. *Information Systems Frontiers*, VI(4), pp.325-40.
- Yeung, M.C.H., Ging, L. & Ennew, C.T., 2002. Customer Satisfaction and Profitability: Reappraisal of the Nature of the Relationship. *Jounal of Targeting Measument and Analysis for Marketing*, XI(1), pp.24-33.



## Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN EVALUASI FAKTOR DETERMINAN NIAT PEMBELIAN ULANG PADA STARBUCKS COFFEE DAN EXCELSO

#### I. Data Responden

Jawablah pertanyaan dan berilah tanda centang (v) pada bagian yang sudah disediakan.

- |   |                               |                               |
|---|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. Jenis Kelamin: L / P   | <input type="checkbox"/> ≤ 2x | <input type="checkbox"/> > 2x |
| 2. Usia: ..... tahun  |                               |                               |
| 3. Pengeluaran rata-rata per bulan untuk hangout:<br><input type="checkbox"/> ≤ Rp.1.000.000 <input type="checkbox"/> > Rp. 1.000.000 |                               |                               |
| 4. Apakah Anda pernah mengunjungi Starbucks Coffee?<br><input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak                     |                               |                               |
| 5. Dalam 1 bulan, seberapa sering Anda pergi ke Starbucks Coffee:   |                               |                               |
| 6. Menurut Anda, Starbucks Coffee berasal dari Negara: ...  |                               |                               |
| 7. Apakah Anda pernah mengunjungi Excelso?<br><input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak                              |                               |                               |
| 8. Dalam 1 bulan, seberapa sering Anda pergi ke Excelso:<br><input type="checkbox"/> ≤ 2x <input type="checkbox"/> > 2x               |                               |                               |
| 9. Menurut Anda, Excelso berasal dari Negara: ....  |                               |                               |

Untuk bagian II, silahkan Anda membaca secara seksama setiap pertanyaan pada bagian Citra Merek (B), Kualitas yang Dirasakan (P), Kepuasan Pelanggan (C), serta Niat Pembelian Ulang (R). Selanjutnya Anda dimohon untuk mengungkapkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan Anda dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda centang (v) pada kotak yang tersedia. Keterangan dari 5 jawaban yang tersedia:

- |     |                       |    |                 |
|-----|-----------------------|----|-----------------|
| STS | : Sangat Tidak Setuju | S  | : Setuju        |
| TS  | : Tidak Setuju        | SS | : Sangat Setuju |
| N   | : Netral              |    |                 |



## II. Data

### Citra Merek

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut Saya, merk Starbucks Coffee sangat terkenal					
2.	Menurut Saya, merk Starbucks Coffee memberikan kebanggaan bagi yang membeli					
3.	Menurut Saya, merk Starbucks Coffee mempunyai ciri khas di setiap kopi					
4.	Menurut Saya, merk Starbucks Coffee memberikan kesan positif kepada pelanggan					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
5.	Menurut Saya, merk Excelso sangat terkenal					
6.	Menurut Saya, merk Excelso memberikan kebanggaan bagi yang membeli					
7.	Menurut Saya, merk Excelso mempunyai ciri khas di setiap kopi					
8.	Menurut Saya, merk Excelso memberikan kesan positif kepada pelanggan					

### Kualitas yang Dirasakan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menurut Saya, Starbucks menyediakan kopi yang berkualitas					
2.	Menurut Saya, Starbucks menyediakan pelayanan yang berkualitas bagi konsumen					
3.	Menurut Saya, Starbucks menyediakan produk makanan dan minuman yang berkualitas selain kopi					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4.	Menurut Saya, Excelso menyediakan kopi yang berkualitas					
5.	Menurut Saya, Excelso menyediakan pelayanan yang berkualitas bagi konsumen					
6.	Menurut Saya, Excelso menyediakan produk makanan dan minuman yang berkualitas selain kopi					

### Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Secara keseluruhan, Saya senang dengan Starbucks Coffee					
2.	Menurut Saya, Starbucks Coffee memberikan pelayanan yang memuaskan					
3.	Menurut Saya, rasa kopi yang ditawarkan dari Starbucks Coffee sesuai dengan selera Saya					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4.	Secara keseluruhan, Saya senang dengan Excelso					
5.	Menurut Saya, Excelso memberikan pelayanan yang memuaskan					
6.	Menurut Saya, rasa kopi yang ditawarkan dari Starbucks Coffee sesuai dengan selera Saya					

### Motif Pembelian Berdasarkan Emosi

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Meminum kopi di Starbucks Coffee memberikan rasa bangga					
2.	Bagi Saya, meminum kopi di Starbucks Coffee dapat membuat suasana hati saya menjadi lebih baik					
3.	Meminum kopi di Starbucks Coffee menyenangkan					
4.	Meminum kopi di Starbucks Coffee seperti meminum kopi di luar negeri					
5.	Meminum kopi di Starbucks Coffee membuat status sosial saya naik					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
6.	Meminum kopi di Excelso memberikan rasa bangga					
7.	Bagi Saya, meminum kopi di Excelso dapat membuat suasana hati saya menjadi lebih baik					
8.	Meminum kopi di Excelso menyenangkan					
9.	Meminum kopi di Excelso seperti meminum kopi di luar negeri					
10.	Meminum kopi di Excelso membuat saya merasa status sosial saya naik					

### **Niat Beli Ulang**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berniat membeli kembali kopi di Starbucks Coffee					
2.	Ketika ingin meminum kopi, saya akan membeli di Starbucks Coffee					
3.	Saya akan menjadikan Starbucks Coffee sebagai prioritas dalam membeli kopi					

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4.	Saya berniat membeli kembali kopi di Excelso					
5.	Ketika ingin meminum kopi, saya akan membeli di Excelso					
6.	Saya akan menjadikan Excelso sebagai prioritas dalam membeli kopi					



Lampiran 2: Hasil Data Kuesioner untuk Starbucks Coffee

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
1	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	
2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	
3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	
4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	
6	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	
7	5	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	2	1	
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	
10	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	2	5	5	
11	5	5	5	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4	3	3	4	3	
12	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
14	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	
15	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	2	2	4	4	
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	
17	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
19	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
20	5	3	2	2	5	3	3	5	3	5	2	2	3	1	2	2	4	
21	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	1	2	3	2	
22	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
23	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	2	3	4	4	2
24	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3
25	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	2
27	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2
28	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	2	4	3	3	5	1	1
30	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
31	4	3	2	3	3	4	4	2	3	2	3	1	2	1	2	2	1	1
32	5	5	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
33	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	3	2	3	3	2
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5
35	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	1
36	5	2	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1
37	5	5	3	2	3	3	2	3	3	3	4	2	2	1	1	3	1	1
38	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5	5	1	1
41	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	1	1	4	3	1
42	4	3	2	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	1	5	4	3
43	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	2	2
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3
46	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	1	4	4	3
49	5	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4
50	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
51	1	2	2	2	1	3	3	2	3	2	5	2	2	5	4	2	3	5
52	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	2
53	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	2	2
54	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2
55	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	4	1	2	3	4	4	2	4	3	2	2	2	2	5	2	2	1
58	5	3	2	4	4	5	4	4	5	3	2	3	4	3	2	3	2	1
59	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	3	2	1	3	1	1
60	5	3	4	3	5	4	4	5	4	5	2	3	3	2	2	3	3	3
61	5	5	5	1	3	3	1	2	2	2	5	2	2	2	5	2	2	2
62	5	3	2	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	1	1	5	5	5
63	5	5	4	3	3	3	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	3
64	5	4	3	3	5	5	5	1	3	1	4	4	4	4	4	1	1	1
65	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1
66	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
67	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	3	2	2	1	4	1	1	1
68	5	4	1	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	1
69	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
71	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	2	2	3	3	3
72	4	1	1	3	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	3	2	1
73	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3
74	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	2	1	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	2	2	5	3	3
76	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
77	4	2	1	4	2	3	3	3	3	4	4	2	2	1	4	4	2	2
78	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2
80	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	1
81	5	3	3	2	4	4	4	3	3	4	1	1	4	1	1	4	2	1
82	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3
87	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	2	2	2	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1
89	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4
90	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	5	5	5
91	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
92	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2
93	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	2
94	5	5	3	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	4	3	3

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
95	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	2
96	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
97	5	5	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
98	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4
99	5	4	4	4	5	4	2	5	5	5	4	4	4	2	2	4	2	2
100	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
101	5	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	3	3	3
102	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	5	5	5
103	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	4	5	4
105	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2
106	4	1	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
107	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	2	4	4	4
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
109	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	1	1	1	1
110	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	5	3	2	1	1
111	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	3	2	2	4	3	3
112	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	5	5	5
114	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	3	2
115	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	2	2	5	3	2
116	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	2	4	2	2
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
118	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
119	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4	2	2	5	3	1
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
122	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5
123	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	1	1
126	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	4	5	4	5
128	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
130	5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
131	5	2	3	4	5	2	5	2	5	2	4	2	4	2	3	2	1	1
132	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2
133	5	3	3	3	3	5	3	4	5	3	3	4	3	1	1	2	2	1
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
136	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	5	5	3	4	4	1	2	3	2	3	5	4	4	4	5	4	1	1
139	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
140	5	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	2	4	3	2
141	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	2	2	4	2	2
142	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	1	1	

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
143	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1
144	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	3	5	3	5
145	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	
146	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
147	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	1	4	1	1	5	1	1
148	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
149	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3
150	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2
152	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	3	5	2	1	4	3	2
153	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	1	3	5	2	2
154	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	3	4	3	1	3	3	2	4
155	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3
156	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	3	3	2
157	5	4	1	4	2	4	2	4	4	2	3	2	4	2	2	4	3	2
158	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3
159	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	2	5	5	4
160	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4
161	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
162	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1
163	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3
164	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2	4	3	3
165	3	1	2	3	3	4	4	3	3	3	1	1	3	2	1	3	2	2
166	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
167	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1
168	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	
169	3	2	5	5	5	5	5	3	5	5	2	4	2	2	4	3	2	
170	4	1	2	4	3	4	3	3	4	3	1	1	2	1	1	3	3	1
171	5	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
172	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	2
173	5	5	3	4	4	4	5	3	5	1	5	4	4	3	3	2	2	2
174	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	3	1
175	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1
176	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3	2
177	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	2	2	4	2
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
179	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	1
180	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	2	3	5	1	1
181	5	1	5	1	5	5	3	1	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1
182	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	2	1
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4
184	5	3	4	3	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	3	2	1	1
185	4	3	2	3	1	3	3	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1
186	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2
187	4	1	3	3	4	4	4	5	5	4	2	4	4	2	1	5	4	4
188	3	2	3	4	5	5	3	5	5	3	3	3	4	1	3	1	1	2
189	5	4	2	2	4	4	2	4	3	3	5	4	4	4	4	2	2	1
190	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4	2	2

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
191	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3	2
192	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
193	5	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1
194	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3
195	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	1	1	3	2	1
196	3	4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
198	5	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	2	2
199	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	4	3	2
200	5	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	1	1	1
201	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	5	4	3
202	5	2	1	4	2	5	4	4	4	4	1	1	3	1	1	4	1	1
203	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	2	3	4	4	4	5	3	4
204	5	4	2	4	2	5	2	2	4	2	3	4	5	1	1	3	2	1
205	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	2	5	5	1	1	4	2	2
206	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2
207	4	5	3	4	4	4	2	3	4	3	5	5	3	4	5	4	3	4
208	5	3	2	1	3	2	1	3	2	3	3	1	2	1	1	1	1	1
209	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	2
210	5	2	3	4	2	5	3	4	4	2	1	3	4	1	1	1	1	1
211	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
212	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
213	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
214	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
215	5	5	1	1	1	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
216	5	3	3	1	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
217	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	2	1	5	2	1
218	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
219	5	2	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
220	5	4	1	3	3	3	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	1	1
221	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3
222	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	2	2
223	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
224	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5
225	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
226	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
227	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2
228	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	2
229	5	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
230	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3
231	4	1	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1	3	2	2
232	5	5	3	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4
233	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	2
234	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	1	3	3	1	1	4	3	3
235	5	5	3	3	3	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3
236	5	3	2	3	2	5	4	4	5	4	2	4	4	2	2	4	4	2
237	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4
238	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1

Variabel	CMS				KDS			KPS			MES					NPS		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
239	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
240	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	5	2	4	1	5	3	3	4
241	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	1	
242	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	3
243	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
244	4	2	2	3	3	4	3	5	5	4	3	4	4	2	3	4	2	2
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
246	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	3	3
247	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	5	2	2
248	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3
249	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	1	1	1
250	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
251	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	2	3	3	3
252	5	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	2	3	3	3
253	5	5	3	2	1	3	3	1	1	1	5	1	1	1	5	1	1	1
254	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
255	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	2
256	5	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
257	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	1	2	2	1	2	1	1	1
258	3	2	3	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
259	3	2	3	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
260	4	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2

Lampiran 3: Hasil Data Kuesioner untuk Excelso

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
1	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2
3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2
6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
7	2	1	2	2	2	4	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
10	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
13	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2
15	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1
17	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
20	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2
21	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
23	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	2	3	3	3	1
24	4	3	3	3	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	1	1
30	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
31	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
32	5	3	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	3	3	4	3	3	4	5	5	4	2	2	2	2	1	3	2	3
34	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
36	4	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
37	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	5	5
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3
40	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3
41	2	3	2	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	1	1	4	2	1
42	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	3	4	3	3	2	5	3	3
43	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	5	3
46	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	
49	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	
50	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
51	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	5	2	2	5	4	2	3	5
52	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
53	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	2	2
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	
55	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
56	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
57	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	1
58	4	3	3	4	4	5	4	4	5	3	2	3	4	3	2	3	2	1
59	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	1	1
60	4	3	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
61	5	5	5	1	2	2	2	2	2	2	5	3	2	2	5	2	2	
62	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	
63	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	
64	2	2	3	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	3	1	1	1	
65	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	
66	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	
67	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	
68	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	2	
69	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	
70	5	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	2	3	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
74	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	2	2	2	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	1
76	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
77	2	2	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	1	3	4	3	1
78	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
79	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3
80	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
84	3	2	3	4	3	4	4	3	2	2	3	2	1	2	2	4	2	2
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2
87	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1
89	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	2
90	2	4	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5
92	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	2
94	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
95	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
96	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4
97	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
98	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
99	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	2	1
100	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
101	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
103	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
104	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	4	5	3	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	2	2
106	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
108	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3
109	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	1	1	2	2	2	1	1	1
110	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	2	1	1
111	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	2	2	3	2	2	4	3	3
112	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3
113	4	2	2	4	5	2	4	5	2	5	3	4	4	2	2	4	2	2
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
115	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
116	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2
117	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
118	2	2	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
119	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	5	3	1
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
122	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
123	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	1
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	1	1
126	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
127	2	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	2	4	4	4	4
128	4	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
130	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4
131	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
133	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	2	1	2	2	1
134	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
136	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2
137	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3
138	5	5	2	3	2	2	2	3	4	3	4	4	3	4	5	3	2	1
139	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
140	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2
141	2	3	2	2	3	4	3	3	4	4	2	4	4	2	2	4	3	3
142	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	1

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
143	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1
144	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
145	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
146	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
147	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	1	1	1
148	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
149	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
150	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
151	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
152	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	5	1	1	3	2	1
153	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	2
154	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	1	3	4	4	3
155	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2
156	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	1	3	2	2
157	3	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	2	3	3	3
158	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3
159	5	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
160	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2
161	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
162	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1
163	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
164	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
165	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
167	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	1
168	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
169	2	2	3	4	4	5	4	2	3	3	2	2	2	2	2	4	1	2
170	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	1	1	3	2	1
171	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
172	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2
173	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
174	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2
175	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1
176	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	2	2	3	2	3	3	3	2
177	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
179	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2
180	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	2	3	5	1	1
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1
183	3	2	3	4	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	2	3	2	1
184	3	3	4	4	4	5	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	1	1
185	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
186	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2
187	3	3	4	3	4	4	4	3	1	4	2	4	4	1	1	3	2	2
188	1	2	3	2	5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	2	1	1
189	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2
190	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
191	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
193	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1
194	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
195	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1
196	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3
197	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
198	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	2
199	4	2	4	3	4	4	5	5	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3
200	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
201	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	5	4	3
202	4	1	4	4	5	5	4	4	4	4	1	1	3	1	1	4	1	1
203	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
204	2	3	4	5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	1	1	3	2	1
205	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	2	3	3	1	1	4	2	2
206	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
207	4	4	4	4	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
208	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	3	2	3
209	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
210	1	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1
211	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
212	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
213	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
214	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
215	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	2	2	3	1	1	4	4	4
216	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
217	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
218	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
219	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
220	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	1	3	1	1
221	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
222	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
223	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
224	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
225	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
226	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
227	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
228	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
229	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3
230	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	4	4	3
231	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
232	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
233	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
234	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	2	3	1	1	3	3	3
235	2	2	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	2	2	4	4	4
236	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	2	4	4	2	3	4	2	2
237	4	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
238	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1

Variabel	CME				KDE			KPE			MEE					NPE		
Responden	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3
239	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
240	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3
241	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	4	3	3	3
242	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
243	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
244	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
245	2	3	3	4	4	5	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
246	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
247	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
248	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
249	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
250	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
251	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	3	2
252	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	3	2
253	3	1	3	2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
254	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
255	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
256	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
257	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
258	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
259	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
260	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2