

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji korelasi parsial, terpaan informasi tentang isu lingkungan melalui Instagram terhadap sikap menuju pola hidup vegetarian, dengan *self-efficacy* sebagai variabel kontrol memiliki korelasi yang positif namun tidak signifikan dan termasuk dalam kategori korelasi sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan informasi tentang isu lingkungan melalui Instagram belum menjadi informasi utama yang dicari, dibaca, dan dilihat dibandingkan dengan konten lain. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti masyarakat lebih aktif berbelanja *online*, konten lain yang lebih menarik, dan sebagainya. Walaupun beberapa akun Instagram mulai mengampanyekan isu lingkungan, namun kampanye tersebut hanya sebatas pada isu lingkungan yang terlihat, seperti sampah plastik, pencemaran air laut, dan kebakaran hutan.

Minimnya informasi mengenai isu lingkungan akibat peternakan berdampak pada kurangnya kesadaran, pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai hal tersebut. Maka, keputusan untuk beralih menuju pola hidup vegetarian akibat terpaan informasi tentang isu lingkungan melalui Instagram masih sangat rendah. Adapun faktor lain yang menyebabkan pengikut akun Instagram @ivs.vsi tetap menjalani pola hidup vegetarian terlepas dari terpaan informasi tentang isu lingkungan adalah faktor lingkungan terdekat (keluarga dan teman), faktor keagamaan, faktor kesehatan, faktor ideologis atau filosofis, faktor emosional dan fisik, persuasi individu lain, dan lainnya.

B. Saran

1. Akademis

Ketiga variabel dalam penelitian ini secara teoritis tidak dapat diukur dengan mudah dan cepat sehingga peneliti mengalami kesulitan dalam mencari teori serta ukuran yang tepat untuk menentukan item-item pertanyaan. Oleh karena itu, diharapkan pada penelitian selanjutnya agar lebih bijak dalam mencari dan menentukan alat ukur untuk item pertanyaan agar hasil penelitian lebih akurat. Selain itu, diharapkan juga pada variabel terpaan informasi dan sikap agar menjadi fokus kajian penelitian dalam ilmu komunikasi sehingga memperkaya ilmu pengetahuan pada bidang komunikasi.

Penelitian ini memiliki populasi yang cukup besar sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya agar dapat memfokuskan atau memperkecil cakupan populasi. Hal tersebut dilakukan agar dapat melihat lebih akurat dan detail mengenai terpaan informasi melalui media sosial dan sikap yang dikontrol oleh variabel lain.

2. Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat korelasi positif namun tidak signifikan antara terpaan informasi tentang isu lingkungan dan sikap menuju pola hidup vegetarian yang dikontrol oleh *self-efficacy*. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran kepada komunitas lingkungan dan komunitas vegetarian agar dapat bekerja sama dan lebih banyak memberi informasi terkait isu lingkungan akibat peternakan dan meningkatkan kemampuan berpikir kritis pada masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat lebih sadar dan peduli terhadap isu lingkungan akibat peternakan dan mulai beralih menuju pola hidup vegetarian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andersen, K., & Kuhn, K. (Sutradara & Produser). (2014). *Cowspiracy: The Sustainability Secret?* [Film Dokumenter]. California: Appian Way Productions.
- (Sutradara & Produser). (2017). *What The Health* [Film Dokumenter]. California: Appian Way Productions.
- Annur, S., Masfufah., & Mahardika, A. (2015). Hubungan Keaktifan Penggunaan Media Sosial terhadap Hasil Belajar Fisika Siswa Kelas X dan XI IPA di SMAN 5 Banjarmasin, *Jurnal Berkala Ilmiah Pendidikan Fisika*, 3(3).
- Antara. (2019). *Alasan Tom Hanks Stop Makan Daging Setiap Senin, Mau Meniru?*. Diakses pada Sabtu, 5 Juni 2021 pukul 13.54 WIB dari <https://gaya.tempo.co/read/1216182/alasan-tom-hanks-stop-makan-daging-setiap-senin-mau-meniru>
- AUM Film. (2014). *Cowspiracy*. Diakses pada Minggu, 6 Juni 2021 pukul 11.45 WIB dari <https://www.cowspiracy.com/>
- Apriliana, N., & Utomo, E. (2019). Pengaruh Intensitas Melihat Iklan di Instagram terhadap Pengetahuan dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri, *Jurnal Komunikasi*, 13(2).
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bourassa, L. (2019). *Vegan and Plant-Based Diet Statistics*. Diakses pada Rabu, 7 Oktober 2020 pukul 10.44 WIB dari <https://plantproteins.co/vegan-plant-based-diet-statistics/>
- Dadang. (2011). *Kampanye Global Warming yang Mulai Dilupakan*. Diakses pada Sabtu, 5 Juni 2021 pukul 13.55 WIB dari <https://www.its.ac.id/news/2011/03/27/kampanye-global-warming-yang-mulai-dilupakan/>
- Detik.com. (2014). *Mengapa Permasalahan Lingkungan Jarang Menjadi Isu Penting?*. Diakses pada Sabtu, 24 April 2021 pukul 16.36 WIB dari <https://news.detik.com/berita/d-2492482/mengapa-permasalahan-lingkungan-jarang-menjadi-isu-penting>

- Dianah, A., Panjaitan, N., & Mulyani, E. (2016). Terpaan Iklan Televisi dan Sikap Ibu Rumah Tangga di Pedesaan terhadap Makanan Olahan Pabrik, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 14(2).
- Donohew, L. (1980). An Activation Model of Information Exposure, *Communication Monographs Journal*, 47.
- Faisal. (2018). *Jadi Vegan Belum Tentu Sehat dan Melindungi Hewan*. Diakses pada Sabtu, 24 April 2021 pukul 14.08 WIB dari <https://tirto.id/jadi-vegan-belum-tentu-sehat-dan-melindungi-hewan-cG5j>
- Febriyanto, B. (2011). *Konsep Diri Pelaku Vegetarian*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Griffin, E. (2011). *A First Look at Communication Theory*. USA: McGraw-Hill.
- Handayani, I. (2015). *Pengaruh Terpaan Tayangan Talk Show Dr. Oz Indonesia di TransTV terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa* (Bachelor Thesis), Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten.
- Himawan., & Tunjungsari, H. (2018). Pengaruh Kesadaran Kesehatan Dan Produk Makanan Terhadap Minat Beli Restoran Vegetarian Dengan Variabel Moderasi Religiusitas di Indonesia, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(6).
- Holloway, A., & Watson H. (2002). Role of Self-Efficacy and Behaviour Change, *International Journal of Nursing Practice*, 8: 106-115.
- IVS. (2020). *IVS (Indonesia Vegetarian Society)*. Diakses pada Rabu, 7 Oktober 2020 pukul 10.49 WIB dari <https://www.ivsvsi.org/organisasi>
- Koppes, S. (2006). *Study: Vegan Diets Healthier for Planet, People than Meat Diets*. Diakses pada Rabu, 30 Desember 2020 pukul 13.07 WIB dari <http://www-news.uchicago.edu/releases/06/060413.diet.shtml>
- Kriyantono, R. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kusumasari, R. (2015). Lingkungan Sosial dalam Perkembangan Psikologis Anak, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Larson, C. (2010). *Persuasion: Reception and Responsibility*. California: Wadsworth Publishing Company.

- Laturiuw, T. (2019). *3 Alasan Lambatnya Pertumbuhan Gaya Hidup Vegetarian di Indonesia*. Diakses pada Rabu, 7 Oktober 2020 pukul 08.22 WIB dari <https://wartakota.tribunnews.com/2018/03/06/2-alasan-lambatnya-pertumbuhan-gaya-hidup-vegetarian-di-indonesia?page=all>
- LEAD (The Livestock, Environment, and Development). (2006). *Livestock's Long Shadow: Environmental Issues and Options*. Italia: LEAD.
- Lidwina, A. (2020). *2020, Masalah Ekonomi dan Lingkungan Diperkirakan Meningkat*. Diakses pada Jumat, 2 Oktober 2020 pukul 08.40 WIB dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/2020-masalah-ekonomi-dan-lingkungan-diperkirakan-meningkat>
- Maddux, J. (2002). *Handbook of Positive Psychology*. USA: Oxford University.
- Marta, R., & William, D. (2016). Studi Terpaan Media Pemasaran melalui Posting Instagram terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo, *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Masyhuri., & Zainuddin, M. (2008). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Maulana, A. (2016). *Komunikasi Lingkungan Berperan Menyadarkan Khalayak Menjaga Lingkungan*. Diakses pada Rabu, 10 Februari 2021 pukul 13.05 WIB dari <https://www.unpad.ac.id/profil/dr-herlina-agustin-s-sos-m-t-komunikasi-lingkungan-berperan-menyadarkan-khalayak-menjaga-lingkungan/>
- Mohr, N. (2005). *A New Global Warming Strategy: How Environmentalists are Overlooking Vegetarianism as the Most Effective Tool Against Climate Change in Our Lifetimes*. New York: EarthSave International.
- Prijana., Winoto, Y., Utami, A. (2019). Hubungan Informasi Akun Instagram Infia_Health dengan Sikap Followers, *Jurnal Signal*, 7(1).
- Putri, A. (2020). *Mengapa Banyak Orang Tak Percaya Perubahan Lingkungan?*. Diakses pada Rabu, 10 Februari 2021 pukul 13.25 WIB dari <https://tirto.id/mengapa-banyak-orang-tak-percaya-perubahan-lingkungan-et6Q>

- Putri, D. (2020). *5 Alasan Jadi Vegetarian Perlu Kamu Pertimbangkan*. Diakses pada Sabtu, 24 April 2021 pukul 17.33 WIB dari <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/dita-annisa-putri/5-alasan-jadi-vegetarian-perlu-kamu-pertimbangkan-c1c2/5>
- Rahmawati, H., Iqom, M., & Hermanto. (2017). Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Motivasi Belajar Remaja, *Jurnal Keperawatan*, 5(2).
- Riani, A. (2018). *Konten Seperti Apa sih yang Laku di Instagram?*. Diakses pada Minggu, 28 Maret 2021 pukul 13.11 WIB dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3671237/konten-seperti-apa-sih-yang-laku-di-instagram>
- Rizki, M. (2017). *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung* (Bachelor Thesis), Universitas Brawijaya, Malang.
- Robbins, J. (2010). *The Food Revolution: How Your Diet Can Help Save Your Life and Our World, Edisi 10*. USA: Mango Media Inc.
- Sabaté, J. (2001). *Vegetarian Nutrition*. USA: CRC Press.
- Setyowati, D. (2020). *Era New Normal: Belanja Lewat TV, Youtube, Instagram, Whatsapp, Google*. Diakses pada Minggu, 28 Maret 2021 pukul 13.32 WIB dari <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5eec85b49f59e/era-new-normal-belanja-lewat-tv-youtube-instagram-whatsapp-google>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumartiningtyas, H. (2020). *Hewan Terancam Punah dan Kerusakan Lingkungan, Apa Hubungannya dengan Wabah Penyakit Baru?*. Diakses pada Sabtu, 10 April 2021 pukul 15.01 WIB dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/09/18/080200123/hewan-terancam-punah-dan-kerusakan-lingkungan-apa-hubungannya-dengan-wabah?page=all>
- Teknoia. (2020). *8 Jenis Konten Visual yang Menarik untuk Sosial Media*. Diakses pada Kamis, 11 Februari 2021 pukul 12.32 WIB dari <https://teknoia.com/jenis-konten-yang-menarik-untuk-sosial-media-678a1ae597d1>

- Tempo. (2018). *50 Persen Penduduk Internet Membaca Berita Lingkungan*. Diakses pada Rabu, 10 Februari 2021 pukul 12.58 WIB dari <https://nasional.tempo.co/read/1070005/50-persen-penduduk-internet-membaca-berita-lingkungan/full&view=ok>
- Tim IVS. (2010). *39th IVU World Vegetarian Congress*. Jakarta: IVS.
- The Vegan Society. (n.d). *Eating The Earth?*. London: Vegan Society.
- Umniyati, N., Hadisiwi, P., & Suminar, J. (2017). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website www.ppet.lipi.go.id Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian, *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1).
- Watts, L. (1984). *Attitudes and Attitude Change in Special Education*. Virginia: The Council for Exceptional Children.
- Wearesocial. (2020). *Digital 2020 Indonesia*. Diakses pada Kamis, 1 Oktober 2020 pukul 12.33 WIB dari <https://andi.link/download/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Winarso, B. (2019). *Panduan Lengkap Menggunakan Instagram Hingga Mahir*. Diakses pada Kamis, 11 Februari 2021 pukul 12.43 WIB dari <https://trikinet.com/post/panduan-lengkap-cara-menggunakan-instagram-untuk-pemula>
- Williams, S. (2020). *17 Environmental Benefits of Veganism (As Proven by Science)*. Diakses pada Sabtu, 3 Oktober 2020 pukul 14.18 WIB dari <https://www.futurekind.com/blogs/vegan/17-environmental-benefits-of-veganism>
- World Preservation Foundation. (2010). *Reducing Shorter-Lived Climate Forcers through Dietary Change*. London: World Preservation Foundation.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Penelitian Kuantitatif, *Jurnal Tarbiyah*, 7(1).
- Zuchdi, D. (1995). Pembentukan Sikap, *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 3.
- Zulfa, V., Max, M., Hukum, I., Ilyas, I. (2016). Isu-isu Kritis Lingkungan dan Perspektif Global, *Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, 5(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Perkenalkan, saya Vanessa Aurel Tionando, mahasiswa S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini, saya sedang menempuh Tugas Akhir (Skripsi) sebagai syarat kelulusan studi. Topik yang diambil adalah **Korelasi terpaan informasi tentang isu lingkungan melalui Instagram dengan sikap menuju pola hidup vegetarian, pada pengikut Komunitas Vegetarian Indonesia di Instagram @ivs.vsi**. Maka dari itu, saya memohon waktu luang Anda untuk membantu mengisi kuesioner yang tertera. Kejujuran Anda sangat diharapkan dan segala informasi akan dirahasiakan sepenuhnya untuk kepentingan akademik. Atas waktu dan kesediaannya, terima kasih.

PERTANYAAN

(Pilih satu jawaban pada setiap pertanyaan di bawah ini)

1. Apakah Anda berusia 18-34 tahun?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Apakah Anda aktif bermedia sosial Instagram dan memiliki sekurang-kurangnya satu akun Instagram?
 - a. Ya
 - b. Tidak

3. Apakah Anda mengikuti akun Instagram @ivs.vsi?
 - a. Ya
 - b. Tidak

4. Apakah Anda telah vegetarian sejak 3 bulan terakhir?
 - a. Ya
 - b. Tidak

(Jika Anda memilih ‘tidak’ pada salah satu pertanyaan di atas, maka Anda tidak dapat melanjutkan ke pertanyaan berikutnya dan dianggap sudah selesai mengisi kuesioner ini. Terima kasih.)

Pertanyaan Kuesioner

TERPAAN INFORMASI TENTANG ISU LINGKUNGAN

(Pilih satu jawaban pada setiap pertanyaan di bawah ini)

Frekuensi

1. Dalam satu hari, rata-rata berapa kali Anda membuka Instagram?
 - a. Satu kali
 - b. 2-5 kali
 - c. 6-10 kali
 - d. > 10 kali
2. Dalam satu hari, rata-rata berapa kali Anda membaca dan melihat konten isu lingkungan di Instagram?
 - a. Satu kali
 - b. 2-5 kali
 - c. 6-10 kali
 - d. > 10 kali

Durasi

1. Dalam satu hari, rata-rata berapa lama waktu Anda membuka Instagram?
 - a. Satu jam
 - b. 2-5 jam
 - c. 6-10 jam
 - d. > 10 jam
2. Dalam satu hari, rata-rata berapa lama Anda membaca dan melihat konten isu lingkungan di Instagram?
 - a. Satu jam
 - b. 2-5 jam
 - c. 6-10 jam
 - d. > 10 jam

Intensitas

1. Rata-rata, berapa lama Anda memperhatikan konten isu lingkungan di Instagram?
 - a. 1-5 detik
 - b. 6-10 detik
 - c. 11-15 detik
 - d. > 15 detik
2. Rata-rata, berapa lama waktu yang Anda butuhkan untuk memahami konten isu lingkungan di Instagram?
 - a. 1-5 detik
 - b. 6-10 detik
 - c. 11-15 detik
 - d. > 15 detik

SIKAP MENUJU POLA HIDUP VEGETARIAN

(Berilah tanda (v) pada salah satu jawaban)

No.	PERNYATAAN	Ya	Tidak
Kognitif			
1.	Anda membaca tentang isu lingkungan		
2.	Anda dapat mengidentifikasi pesan tentang isu lingkungan		
3.	Anda mengetahui berbagai isu lingkungan		
4.	Anda membaca tentang pola hidup vegetarian		
5.	Anda dapat mengidentifikasi pesan tentang pola hidup vegetarian		
6.	Anda dapat memilah kebenaran informasi tentang pola hidup vegetarian		
7.	Anda dapat membedakan jenis-jenis vegetarian		
8.	Anda mengetahui dampak negatif tentang isu lingkungan dan memiliki sikap untuk vegetarian		
Afektif			
1.	Anda merasakan semangat untuk vegetarian		
2.	Anda peduli terhadap isu lingkungan dan memiliki sikap menuju pola hidup vegetarian		
3.	Anda bangga bisa menjadi seorang vegetarian		
Konatif			
1.	Anda berkemauan menjadi vegetarian		
2.	Anda makan makanan berbasis nabati		
3.	Anda menghindari makanan hewani (daging)		
4.	Anda menghindari makanan olahan hewani (keju, susu, telur)		

SELF EFFICACY

(Berilah tanda (v) pada salah satu jawaban)

No.	PERNYATAAN	Ya	Tidak
Pengalaman Pribadi			
1.	Anda merasakan manfaat vegetarian		
Pengalaman Orang Lain			
1.	Anda melihat keluarga Anda berhasil vegetarian		
2.	Anda melihat teman Anda berhasil vegetarian		
3.	Anda melihat role model Anda berhasil vegetarian		
4.	Anda melihat biarawan/i berhasil vegetarian		
5.	Anda melihat keluarga vegetarian lebih sehat		
6.	Anda melihat teman vegetarian lebih sehat		
7.	Anda melihat role model vegetarian lebih sehat		
8.	Anda melihat biarawan/i vegetarian lebih sehat		
9.	Anda menonton film dokumenter tentang vegetarian		
Persuasi Verbal			
1.	Anda membaca jurnal tentang vegetarian		
2.	Anda mengikuti seminar tentang vegetarian		
3.	Anda pernah diajak keluarga untuk vegetarian dan tertarik		
4.	Anda pernah diajak teman untuk vegetarian dan tertarik		
5.	Anda pernah diajak seorang ahli untuk vegetarian dan tertarik		
6.	Anda pernah diajak seorang biarawan/i untuk vegetarian dan tertarik		
Keadaan Emosional dan Fisik			
1.	Anda vegetarian karena takut membunuh hewan		
2.	Anda vegetarian karena takut berdosa telah membunuh hewan		
3.	Anda vegetarian karena merasa iba dengan hewan yang dibunuh		
4.	Fisik Anda mengharuskan Anda vegetarian		

Lampiran 2

Transkrip Wawancara

Narasumber: Yenny

Jumat, 4 Juni 2021 pukul 15.00 WIB

P: Selamat sore, bu Yenny. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk diwawancara.

N: Ya, selamat sore juga, silakan mulai ya..

P: Baik, bu.

P: Boleh sebutkan nama lengkap Anda?

N: Yenny.

P: Apa pekerjaan Anda?

N: Wiraswasta.

P: Jabatan yang Anda miliki di IVS?

N: Wakil Ketua IVS DKI Jakarta.

P: Apakah Anda mengetahui demografi anggota IVS, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaannya apa saja, dan pendidikan terakhirnya?

N: Usianya beragam mulai dari remaja usia 16 tahun hingga 21 tahun, ada juga usia 22 sampai 54 tahun. Untuk jenis kelamin rata-rata mayoritas perempuan ya, sekitar 60-70% perempuan, sisanya laki-laki. Pekerjaan rata-rata itu wiraswasta, pegawai kantor, mahasiswa, siswa-siswi SMP-SMA, dokter, ahli gizi, biarawan-biarawati, dan lain-lain. Saya rasa untuk pendidikan terakhir rata-rata SMA atau S1 ya, walaupun ada juga beberapa yang S2 dan S3.

P: Data tersebut diambil dari mana ya, bu?

N: Dari data keanggotaan IVS ketika mendaftar

P: Apakah ada seminar atau workshop atau sejenisnya yang menjelaskan kepada anggota IVS tentang masalah lingkungan dan kaitannya dengan vegetarian?

N: IVS sering mengadakan seminar atau acara promosi vegetarian yang didalamnya juga mengangkat kaitan vegetarian dan lingkungan.

P: Media apa yang digunakan untuk mengadakan acara tersebut?

N: Ada offline dan online ya, kalau offline biasanya seminar, gathering, vegan festival, dan lainnya. Kalau online seperti sekarang itu webinar via Zoom dan Youtube, Live Talk via Instagram, poster-poster promosi vegetarian di media sosial dan website.

P: Kalau boleh tau, bisa dijelaskan dari segi apa saja dan isu lingkungan apa saja yang diangkat?

N: Isu lingkungan yang diangkat kaitannya dengan vegetarian meliputi:

- Gas metana yang dikeluarkan oleh peternakan menyebabkan emisi gas rumah kaca penyebab utama global warming, dan tertinggi yaitu berkisar 51%, melebihi emisi gas rumah kaca dari seluruh transportasi di dunia yang berkisar 13%,
- Berkurangnya luas hutan atau lahan hijau di dunia karena digundulkan dan dipakai untuk lahan peternakan. Menurut PBB, selama 50 tahun terakhir, luas hutan berkurang 65% dan sebagian besar digunakan untuk peternakan.

-Terjadi pemborosan energi dan bahan pangan, untuk menghasilkan 1kg daging dibutuhkan 16kg padi-padian, sedangkan 16kg padi-padian bisa memberi makan begitu banyak orang. Namun ironisnya dijadikan pakan ternak lalu hanya menghasilkan sedikit daging untuk memberi makan sedikit orang. Maka pola hidup vegetarian juga merupakan solusi bagi masalah kelaparan dunia.

P: Seperti apa ya seminar atau acara promosinya? Berapa kali diadakan selama satu tahun?

N: Acara yang paling besarnya adalah Vegan Festival Indonesia yang diadakan di tiap kota setiap satu tahun sekali. Ada juga seminar vegetarian secara online dan offline, gathering antaranggota IVS, dan masih banyak lagi.

P: Lalu, apakah di dalam organisasi, anggota diberitahu terkait jenis-jenis vegetarian?

N: Ya, betul.

P: Apakah diadakan acara khusus atau ada cara lain untuk memberitaunya?

N: Biasanya dalam seminar maupun tanya jawab yang diadakan secara online dan offline, ada juga dalam video-video The Science of Vegan di Youtube.

P: Apa saja jenis-jenis vegetarian yang dijelaskan tersebut?

N: Lacto-ovo vegetarian yakni vegetarian yang masih makan telur dan susu, ovo vegetarian yakni vegetarian yang masih makan telur, lacto vegetarian yakni vegetarian yang masih minum susu, dan vegan adalah vegetarian murni tanpa semua hewani dan produk turunannya, seperti susu, telur, keju.

P: Oh baik. Mungkin wawancaranya sampai sini saja. Sekali lagi, terima kasih bu telah bersedia meluangkan waktu.

N: Ya, sama-sama. Apabila ada yang ingin ditanyakan lagi, jangan sungkan hubungi saya ya.

P: Baik bu, terima kasih.

Lampiran 3
Tabel Distribusi Jawaban Variabel X

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total	No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total	No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Total
1	3	2	2	1	3	3	3	68	4	2	2	1	4	4	17	135	2	1	1	1	4	4	13
2	3	2	1	1	2	4	3	69	2	1	2	1	4	4	14	136	3	1	1	1	2	1	9
3	3	2	2	1	3	3	3	70	3	3	2	1	2	2	13	137	4	2	1	1	4	2	14
4	2	1	2	1	2	2	2	71	2	2	2	1	3	4	14	138	4	2	1	1	4	2	14
5	2	2	2	1	4	4	2	72	4	2	2	1	4	3	16	139	4	2	2	1	4	4	17
6	3	2	2	1	4	2	3	73	4	2	3	1	2	1	13	140	4	2	2	1	4	4	17
7	2	3	2	1	4	4	2	74	2	2	1	1	4	2	12	141	4	1	2	1	2	2	12
8	4	3	2	1	4	4	4	75	4	2	2	1	4	2	15	142	2	3	1	1	2	2	11
9	2	2	1	1	2	2	2	76	2	2	1	1	2	1	9	143	3	1	2	1	1	1	9
10	1	1	1	1	3	3	1	77	2	2	2	2	3	3	14	144	2	1	1	1	2	1	8
11	3	2	2	1	3	1	3	78	3	2	2	1	4	4	16	145	4	2	2	1	1	3	13
12	3	2	2	1	4	2	3	79	3	3	3	2	3	2	16	146	1	2	1	1	4	1	10
13	4	2	2	1	4	1	4	80	4	2	2	1	2	2	13	147	4	1	2	1	1	2	11
14	4	2	1	1	4	3	4	81	3	2	2	1	1	1	10	148	2	2	1	1	4	4	14
15	2	3	2	1	4	4	2	82	2	1	1	1	2	2	9	149	2	2	1	1	3	3	12
16	2	2	1	1	4	4	2	83	1	1	1	1	2	2	8	150	2	3	1	1	4	4	15
17	4	4	2	1	4	3	4	84	3	3	2	1	2	3	14	151	2	2	1	1	4	3	13
18	2	4	2	2	3	2	2	85	4	2	2	1	4	4	17	152	3	2	2	1	2	2	12
19	2	2	1	1	2	2	2	86	2	2	2	1	4	2	13	153	2	1	1	1	1	1	7
20	3	2	2	1	4	3	3	87	4	2	3	1	2	2	14	154	2	2	2	2	4	4	16
21	4	2	3	2	3	3	4	88	4	2	2	1	4	1	14	155	2	2	1	1	4	2	12
22	4	2	2	1	4	4	4	89	1	1	1	1	4	4	12	156	2	2	1	1	4	3	13
23	3	2	2	1	2	4	3	90	4	1	1	1	4	2	13	157	2	1	2	1	2	2	10
24	2	3	1	1	3	3	2	91	2	2	1	1	2	2	10	158	3	2	2	2	4	1	14
25	2	2	1	1	4	2	2	92	3	2	1	1	3	1	11	159	2	2	3	2	1	1	11
26	2	2	2	1	2	2	2	93	4	2	2	1	2	4	15	160	4	2	3	1	2	3	15
27	4	4	3	1	4	2	4	94	4	2	2	1	4	4	17	161	3	3	2	2	4	2	16
28	2	3	1	1	3	3	2	95	4	3	2	1	3	2	15	162	4	2	2	1	3	2	14
29	3	3	2	1	2	3	3	96	3	3	2	2	4	2	16	163	3	2	2	1	2	2	12
30	2	1	1	1	2	4	2	97	4	2	2	2	4	4	18	164	3	2	3	2	4	4	18
31	3	2	2	1	2	1	3	98	4	2	3	1	2	1	13	165	3	2	1	1	2	2	11
32	4	2	1	1	4	2	4	99	2	2	1	1	1	1	8	166	3	3	2	2	4	3	17
33	3	3	1	1	4	4	3	100	2	2	1	1	3	3	12	167	2	2	2	1	4	2	13
34	4	4	2	1	4	2	4	101	4	4	2	1	4	2	17	168	3	2	1	1	2	2	11
35	2	2	1	1	2	2	2	102	2	2	1	1	2	3	11	169	2	2	1	1	2	2	10
36	4	3	2	1	4	2	4	103	1	1	2	1	4	4	13	170	2	2	1	1	2	2	10
37	3	1	1	1	4	2	3	104	2	2	1	1	2	4	12	171	3	2	2	1	4	4	16
38	4	2	1	1	4	1	4	105	4	1	2	1	4	4	16	172	4	2	1	1	4	4	16
39	4	2	3	1	4	1	4	106	2	1	1	1	2	2	9	173	4	3	4	3	3	3	20
40	4	2	2	2	4	4	4	107	2	2	1	1	2	3	11	174	2	2	2	1	4	2	13
41	2	2	2	1	3	4	2	108	2	1	1	1	3	4	12	175	4	2	3	2	4	4	19
42	3	2	2	1	1	2	3	109	4	4	4	3	4	4	23	176	4	1	2	1	2	2	12
43	3	1	1	1	2	2	3	110	1	2	1	1	4	4	13	177	2	1	1	1	1	1	7
44	2	2	1	1	3	2	2	111	2	2	1	1	3	4	13	178	1	1	1	1	3	2	9
45	2	1	2	1	4	4	2	112	4	4	2	1	4	3	18	179	1	2	1	1	4	3	12
46	3	2	1	1	3	3	3	113	2	2	1	1	1	4	11	180	4	2	4	1	3	1	15
47	2	2	2	1	4	3	2	114	3	4	2	1	4	2	16	181	4	3	2	2	4	4	19
48	2	2	2	1	4	3	2	115	4	2	2	1	3	2	14	182	3	2	3	1	2	3	14
49	2	2	2	1	4	3	2	116	3	2	2	2	4	2	15	183	3	2	2	1	4	3	15
50	3	2	2	1	2	2	3	117	3	3	1	1	2	2	12	184	2	2	2	1	4	3	14
51	2	3	1	1	4	3	2	118	2	1	1	1	4	1	10	185	4	2	2	1	4	2	15
52	2	2	1	1	2	2	2	119	2	2	1	1	4	1	11	186	3	2	2	2	4	1	14
53	3	1	1	1	3	1	3	120	3	2	2	1	4	3	15	187	2	2	2	1	4	3	14
54	2	1	1	1	2	2	2	121	2	2	2	1	4	2	13	188	4	2	1	1	4	4	16
55	2	2	2	1	4	4	2	122	4	3	2	1	4	2	16	189	2	1	2	1	2	2	10
56	3	2	2	1	3	2	3	123	1	1	1	1	1	2	7	190	2	2	1	1	2	3	11
57	4	2	2	2	4	4	4	124	2	2	1	1	1	1	8	191	2	2	1	1	2	2	10
58	2	2	2	1	4	4	2	125	3	2	2	1	4	4	16	192	2	2	1	1	2	1	9
59	4	2	2	1	2	2	4	126	3	2	2	1	4	4	16	193	3	3	3	3	3	3	18
60	3	2	2	1	4	4	3	127	4	3	3	2	3	4	19	194	2	2	2	1	2	1	10
61	3	3	1	1	2	2	3	128	2	4	2	2	4	4	18	195	2	2	1	1	1	1	8
62	3	2	1	1	1	1	3	129	3	3	2	2	3	3	16	196	3	1	1	1	3	1	10
63	2	2	1	1	3	4	2	130	2	2	2	2	2	3	13	197	2	3	1	1	1	2	10
64	3	2	1	1	4	4	3	131	4	3	1	1	2	4	15	198	2	1	2	1	4	3	13
65	3	1	1	1	4	4	3	132	3	3	2	1	4	4	17	199	4	3	2	1	4	4	18
66	2	2	2	1	4	2	2	133	2	2	2	1	4	2	13	200	3	1	2	1	1	1	9
67	2	2	1	1	2	4	2	134	2	1	1	1	4	2	11	201	2	2	2	1	4	2	13

202	2	1	1	1	2	2	9	273	4	3	3	4	4	4	22	344	4	4	4	3	4	2	21
203	3	4	2	2	4	3	18	274	3	1	1	1	2	2	10	345	2	2	1	1	2	2	10
204	3	2	1	1	4	3	14	275	2	2	2	1	3	3	13	346	4	3	3	2	4	2	18
205	3	2	2	1	3	2	13	276	2	2	1	1	3	2	11	347	3	1	1	1	4	2	12
206	2	1	2	1	2	3	11	277	3	2	1	1	2	2	11	348	4	3	4	3	4	1	19
207	3	2	2	1	2	2	12	278	2	2	1	1	4	2	12	349	4	2	3	2	4	1	16
208	3	2	2	1	4	1	13	279	3	2	2	1	4	4	16	350	4	2	2	2	4	4	18
209	3	1	1	1	3	3	12	280	2	2	1	1	2	2	10	351	2	2	2	2	3	4	15
210	3	2	1	1	2	2	11	281	3	3	2	2	4	2	16	352	3	2	2	1	1	2	11
211	4	2	2	1	1	1	11	282	2	1	1	1	4	4	13	353	3	1	1	1	2	2	10
212	4	4	3	2	1	1	15	283	2	1	1	1	3	2	10	354	2	2	1	1	3	2	11
213	2	2	1	1	4	4	14	284	4	2	1	1	2	2	12	355	2	1	2	1	4	4	14
214	3	4	2	2	4	4	19	285	4	2	3	2	4	1	16	356	3	2	4	3	3	3	18
215	2	2	1	1	4	4	14	286	4	3	2	2	4	4	19	357	2	2	2	2	4	3	15
216	4	2	2	1	2	3	14	287	3	1	1	1	1	4	11	358	2	2	2	1	4	3	14
217	3	2	2	1	4	3	15	288	3	2	1	1	3	4	14	359	2	2	2	1	4	3	14
218	4	1	2	3	4	2	16	289	3	3	2	1	4	3	16	360	3	2	2	1	2	2	12
219	2	2	2	2	4	2	14	290	3	2	1	1	4	2	13	361	2	3	1	1	4	3	14
220	2	2	2	2	4	3	15	291	3	2	2	1	4	4	16	362	2	2	1	1	2	2	10
221	2	1	1	1	2	1	8	292	4	1	3	1	3	3	15	363	3	1	1	1	3	1	10
222	3	2	1	1	3	4	14	293	3	2	2	1	4	4	16	364	2	1	1	1	2	2	9
223	2	1	1	1	2	3	10	294	3	2	2	1	4	4	16	365	2	2	2	1	4	4	15
224	2	1	2	1	2	2	10	295	4	4	3	3	2	4	20	366	3	2	2	1	3	2	13
225	4	2	2	1	2	3	14	296	4	1	3	1	3	3	15	367	4	2	2	2	4	4	18
226	4	3	2	2	2	3	16	297	4	4	3	3	2	4	20	368	2	2	2	1	4	4	15
227	3	2	2	3	2	1	13	298	3	2	2	1	2	3	13	369	4	2	3	2	2	2	15
228	2	2	2	2	3	4	15	299	3	2	2	1	2	3	13	370	3	3	2	1	2	2	13
229	2	1	1	1	4	4	13	300	2	1	2	1	1	1	8	371	3	2	2	1	4	4	16
230	1	4	4	1	4	4	18	301	2	1	2	1	1	1	8	372	3	3	1	1	2	2	12
231	4	4	2	2	3	2	17	302	3	1	2	1	2	2	11	373	3	2	1	1	1	1	9
232	4	4	2	2	1	1	14	303	3	1	1	1	2	2	10	374	2	2	1	1	3	4	13
233	2	1	1	1	4	3	12	304	2	1	2	1	1	1	8	375	3	2	1	1	4	4	15
234	3	1	1	1	3	4	13	305	4	2	2	1	4	2	15	376	3	1	2	2	4	4	16
235	3	2	1	1	3	4	14	306	3	1	1	1	2	2	10	377	2	2	2	1	4	2	13
236	3	3	2	1	4	3	16	307	2	2	1	1	4	2	12	378	2	2	1	1	2	4	12
237	3	2	1	1	4	2	13	308	2	2	1	1	2	2	10	379	4	2	2	1	4	4	17
238	4	3	2	2	4	4	19	309	4	3	2	1	4	3	17	380	2	1	2	1	4	4	14
239	4	3	2	2	4	4	19	310	2	2	1	1	4	4	14								
240	4	2	3	2	4	1	16	311	3	2	2	1	3	3	14								
241	4	2	1	1	2	2	12	312	3	2	1	1	2	4	13								
242	2	1	1	1	3	2	10	313	3	2	2	1	3	3	14								
243	2	1	1	1	4	4	13	314	2	1	2	1	2	2	10								
244	3	3	2	2	4	2	16	315	2	2	2	1	4	4	15								
245	2	2	1	1	2	2	10	316	3	2	2	1	4	2	14								
246	3	2	2	1	4	4	16	317	2	3	2	1	4	4	16								
247	3	2	2	1	4	4	16	318	4	3	2	1	4	4	18								
248	3	2	1	1	2	2	11	319	2	2	1	1	2	2	10								
249	4	1	3	1	3	3	15	320	1	1	1	1	3	3	10								
250	4	3	2	2	4	4	19	321	3	2	2	1	3	1	12								
251	4	4	3	3	2	4	20	322	3	2	2	1	4	2	14								
252	3	2	2	1	2	3	13	323	4	2	2	1	4	1	14								
253	4	3	2	2	4	4	19	324	4	2	1	1	4	3	15								
254	4	3	2	2	4	4	19	325	2	3	2	1	4	4	16								
255	2	1	2	1	1	1	8	326	2	2	1	1	4	4	14								
256	3	1	2	1	2	2	11	327	4	4	2	1	4	3	18								
257	4	3	3	2	4	4	20	328	2	4	2	2	3	2	15								
258	3	1	1	1	2	2	10	329	2	2	1	1	2	2	10								
259	2	1	2	1	1	1	8	330	3	2	2	1	4	3	15								
260	4	2	1	1	2	2	12	331	4	2	3	2	3	3	17								
261	4	2	2	1	4	2	15	332	4	2	2	1	4	4	17								
262	2	1	1	1	3	2	10	333	3	2	2	1	2	4	14								
263	2	1	1	1	4	4	13	334	2	3	3	2	3	2	15								
264	3	3	2	2	4	2	16	335	2	2	3	2	4	2	15								
265	2	2	1	1	4	2	12	336	2	2	3	2	2	2	13								
266	2	2	1	1	2	2	10	337	4	4	3	2	4	2	19								
267	3	2	2	1	4	4	16	338	2	3	1	1	3	3	13								
268	2	2	2	1	3	1	11	339	3	3	2	1	2	3	14								
269	3	2	1	1	2	2	11	340	2	1	1	1	2	4	11								
270	4	3	4	3	4	4	22	341	3	2	2	1	2	1	11								
271	2	1	1	1	3	2	10	342	4	2	4	3	4	2	19								
272	3	1	1	1	2	2	10	343	3	3	1	1	4	4	16								

67	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	38	113	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	30			
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	114	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	34		
69	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	39	115	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	34		
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28	116	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40		
71	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	28	117	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	35		
72	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	32	118	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	40		
73	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	34	119	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40		
74	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	36	120	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	35		
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	121	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	35	
76	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	122	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36		
77	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	39	123	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	30		
78	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	124	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	34	
79	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	32	125	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	34		
80	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	35	126	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	40		
81	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	35	127	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	35		
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	128	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	40		
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	37	129	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	40
84	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	130	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	40	
85	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	36	131	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	
86	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	132	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	32	
87	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	133	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	
88	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	35	134	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	36		
89	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	38	135	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	36	
90	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	136	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	35		
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	137	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28	
92	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	32	138	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31	
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	139	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	32	
94	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	140	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	
95	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	32	141	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	40		
96	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	142	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	35
97	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	143	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	39	
98	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	34	144	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	35	
99	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	39	145	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	146	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	38
101	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	147	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	40		
102	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	148	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40	
103	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37	149	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31	
104	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	34	150	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	34		
105	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	31	151	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	34	
106	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	33	152	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	36	
107	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	35	153	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	31	
108	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38	154	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1													

Lampiran 4

Data Distribusi Variabel X

x1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	2.9	2.9	2.9
2	146	38.4	38.4	41.3
3	121	31.8	31.8	73.2
4	102	26.8	26.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

x2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	79	20.8	20.8	20.8
2	221	58.2	58.2	78.9
3	58	15.3	15.3	94.2
4	22	5.8	5.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

x3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	148	38.9	38.9	38.9
2	190	50.0	50.0	88.9
3	33	8.7	8.7	97.6
4	9	2.4	2.4	100.0
Total	380	100.0	100.0	

x4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	309	81.3	81.3	81.3
2	57	15.0	15.0	96.3
3	13	3.4	3.4	99.7
4	1	.3	.3	100.0
Total	380	100.0	100.0	

x5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	27	7.1	7.1	7.1
2	106	27.9	27.9	35.0
3	64	16.8	16.8	51.8
4	183	48.2	48.2	100.0
Total	380	100.0	100.0	

x6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	53	13.9	13.9	13.9
2	138	36.3	36.3	50.3
3	75	19.7	19.7	70.0
4	114	30.0	30.0	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Data Distribusi Variabel Y

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	27	7.1	7.1	7.1
2	353	92.9	92.9	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	31	8.2	8.2	8.2
2	349	91.8	91.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	65	17.1	17.1	17.1
2	315	82.9	82.9	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	22	5.8	5.8	5.8
2	358	94.2	94.2	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	1.6	1.6	1.6
2	374	98.4	98.4	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	2.9	2.9	2.9
2	369	97.1	97.1	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	22	5.8	5.8	5.8
2	358	94.2	94.2	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	19	5.0	5.0	5.0
2	361	95.0	95.0	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	3.2	3.2	3.2
2	368	96.8	96.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	17	4.5	4.5	4.5
2	363	95.5	95.5	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	19	5.0	5.0	5.0
2	361	95.0	95.0	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	8	2.1	2.1	2.1
2	372	97.9	97.9	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	2.9	2.9	2.9
2	369	97.1	97.1	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	3.4	3.4	3.4
2	367	96.6	96.6	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Y15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	218	57.4	57.4	57.4
2	162	42.6	42.6	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Data Distribusi Variabel Z

Z2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	12	3.2	3.2	3.2
2	368	96.8	96.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	103	27.1	27.1	27.1
2	277	72.9	72.9	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	63	16.6	16.6	16.6
2	317	83.4	83.4	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	73	19.2	19.2	19.2
2	307	80.8	80.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	38	10.0	10.0	10.0
2	342	90.0	90.0	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	40	10.5	10.5	10.5
2	340	89.5	89.5	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	43	11.3	11.3	11.3
2	337	88.7	88.7	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	45	11.8	11.8	11.8
2	335	88.2	88.2	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	41	10.8	10.8	10.8
2	339	89.2	89.2	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	108	28.4	28.4	28.4
2	272	71.6	71.6	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	126	33.2	33.2	33.2
2	254	66.8	66.8	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	101	26.6	26.6	26.6
2	279	73.4	73.4	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	118	31.1	31.1	31.1
2	262	68.9	68.9	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	112	29.5	29.5	29.5
2	268	70.5	70.5	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	125	32.9	32.9	32.9
2	255	67.1	67.1	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	109	28.7	28.7	28.7
2	271	71.3	71.3	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	65	17.1	17.1	17.1
2	315	82.9	82.9	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	56	14.7	14.7	14.7
2	324	85.3	85.3	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	24	6.3	6.3	6.3
2	356	93.7	93.7	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Z22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	228	60.0	60.0	60.0
2	152	40.0	40.0	100.0
Total	380	100.0	100.0	

Lampiran 5
Uji Validitas Variabel X

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	Total
x1	Pearson Correlation	1	.319**	.444**	.300**	.126*	.022	.578**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.014	.674	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380
x2	Pearson Correlation	.319**	1	.361**	.410**	.224**	.150**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380
x3	Pearson Correlation	.444**	.361**	1	.574**	.174**	.042	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.419	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380
x4	Pearson Correlation	.300**	.410**	.574**	1	.151**	.086	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.003	.095	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380
x5	Pearson Correlation	.126*	.224**	.174**	.151**	1	.410**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.001	.003		.000	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380
x6	Pearson Correlation	.022	.150**	.042	.086	.410**	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	.674	.003	.419	.095	.000		.000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	.578**	.635**	.632**	.582**	.648**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380	380	380	380

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.367**	.310**	.195**	.129*	.013	.107*	.172**	.301**	.138**	.125*	.102*	.197**	.061	.114*	.285**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.012	.795	.037	.001	.000	.007	.015	.047	.000	.238	.026	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y2	Pearson Correlation	.367**	1	.350**	.132*	.116*	.178**	.050	.196**	.221**	.215**	.020	.090	.063	.050	.121*	.200**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.023	.000	.335	.000	.000	.000	.700	.079	.219	.334	.018	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y3	Pearson Correlation	.310**	.350**	1	.157**	.167**	.130*	.067	.216**	.278**	.240**	.120*	.031	.130*	.030	.151**	.222**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.001	.011	.193	.000	.000	.000	.019	.550	.011	.562	.003	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y4	Pearson Correlation	.195**	.132*	.157**	1	.149**	.092	.180**	.098	.149**	.110*	.150**	.199**	.024	.077	.100	.186**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.002		.004	.074	.000	.056	.004	.032	.003	.000	.635	.132	.052	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y5	Pearson Correlation	.129*	.116*	.167**	.149**	1	.356**	.240**	.068	.339**	.075	.262**	.276**	.230**	.208**	.109*	.222**
	Sig. (2-tailed)	.012	.023	.001	.004		.000	.000	.187	.000	.146	.000	.000	.000	.000	.033	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y6	Pearson Correlation	.013	.178**	.130*	.092	.356**	1	.159**	.248**	.238**	.190**	.104*	.193**	.064	.140**	-.010	.106*
	Sig. (2-tailed)	.795	.000	.011	.074	.000		.002	.000	.000	.000	.042	.000	.215	.006	.848	.039
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y7	Pearson Correlation	.107*	.050	.067	.180**	.240**	.159**	1	.202**	.342**	.110*	.253**	.121*	.092	.077	-.014	.175**
	Sig. (2-tailed)	.037	.335	.193	.000	.000	.002		.000	.000	.032	.000	.019	.074	.132	.783	.001
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y8	Pearson Correlation	.172**	.196**	.216**	.098	.068	.248**	.202**	1	.304**	.242**	.224**	.219**	.248**	.156**	.027	.257**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.056	.187	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.602	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y9	Pearson Correlation	.301**	.221**	.278**	.149**	.339**	.238**	.342**	.304**	1	.398**	.511**	.288**	.328**	.214**	.064	.301**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.211	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y10	Pearson Correlation	.138**	.215**	.240**	.110*	.075	.190**	.110*	.242**	.398**	1	.242**	.234**	.190**	.169**	.058	.150**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.032	.146	.000	.032	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.261	.003
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y11	Pearson Correlation	.125*	.020	.120*	.150**	.262**	.104*	.253**	.224**	.511**	.242**	1	.471**	.320**	.355**	.100	.281**
	Sig. (2-tailed)	.015	.700	.019	.003	.000	.042	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.051	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y12	Pearson Correlation	.102*	.090	.031	.199**	.276**	.193**	.121*	.219**	.288**	.234**	.471**	1	.303**	.678**	.052	.257**
	Sig. (2-tailed)	.047	.079	.550	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.309	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y13	Pearson Correlation	.197**	.063	.130*	.024	.230**	.064	.092	.248**	.328**	.190**	.320**	.303**	1	.227**	.117*	.255**
	Sig. (2-tailed)	.000	.219	.011	.635	.000	.215	.074	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.022	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y14	Pearson Correlation	.061	.050	.030	.077	.208**	.140**	.077	.156**	.214**	.169**	.355**	.678**	.227**	1	.074	.243**
	Sig. (2-tailed)	.238	.334	.562	.132	.000	.006	.132	.002	.000	.001	.000	.000	.000		.148	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Y15	Pearson Correlation	.114*	.121*	.151**	.100	.109*	-.010	-.014	.027	.064	.058	.100	.052	.117*	.074	1	.164**
	Sig. (2-tailed)	.026	.018	.003	.052	.033	.848	.783	.602	.211	.261	.051	.309	.022	.148		.001
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	.285**	.200**	.222**	.186**	.222**	.106*	.175**	.257**	.301**	.150**	.281**	.257**	.255**	.243**	.164**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.039	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Z

		Correlations																				
		Z2	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z11	Z12	Z13	Z14	Z15	Z16	Z17	Z18	Z19	Z20	Z21	Z22	Total
Z2	Pearson Correlation	1	.059	-.040	.065	.140	.330	.363	.260	.228	.020	.065	.190	.041	.114	.066	.119	.118	.180	.201	.086	.233
	Sig. (2-tailed)		.250	.436	.208	.006	.000	.000	.000	.000	.702	.209	.000	.421	.026	.201	.021	.022	.000	.000	.004	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z4	Pearson Correlation	.059	1	.142	.063	.211	.370	.212	-.004	.150	.088	.023	.129	.384	.073	.052	.084	.053	.131	.085	.027	.119
	Sig. (2-tailed)		.250	.006	.218	.000	.000	.000	.944	.003	.086	.652	.012	.000	.154	.313	.100	.301	.011	.099	.605	.020
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z5	Pearson Correlation	-.040	.142	1	.304	.304	.124	.322	.209	.119	.013	.008	.000	.005	.144	.364	.245	.171	.099	.154	.059	.003
	Sig. (2-tailed)		.436	.006	.000	.000	.018	.000	.000	.021	.013	.008	.000	.000	.000	.000	.001	.050	.003	.253	.055	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z8	Pearson Correlation	.065	.063	.304	1	.090	.116	.205	.599	-.019	.181	.167	.024	.140	.227	.156	.075	.116	.081	.038	.071	.257
	Sig. (2-tailed)		.208	.218	.000	.242	.024	.000	.000	.900	.714	.000	.001	.639	.004	.000	.002	.146	.024	.235	.468	.168
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z7	Pearson Correlation	.140	.211	.394	.060	1	.286	.341	.149	.563	.082	-.011	.256	.193	.266	.233	.409	.105	.332	.094	.093	.220
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000	.242	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.041	.000	.068	.070	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z8	Pearson Correlation	.330	.370	.124	.116	.286	1	.527	.325	.544	.088	.013	.279	.252	.173	.198	.256	.140	.317	.193	.168	.276
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.016	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.794	.000	.000	.001	.000	.000	.006	.000	.000	.002
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z9	Pearson Correlation	.363	.212	.332	.205	.241	.527	1	.512	.465	.162	.084	.180	.263	.297	.263	.196	.301	.180	.146	.071	.382
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.103	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.166	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z10	Pearson Correlation	.363	.004	.309	.589	.149	.325	.512	1	.266	.220	.174	.111	.194	.325	.323	.219	.200	.123	.072	.023	.328
	Sig. (2-tailed)		.944	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.030	.000	.000	.000	.000	.000	.018	.160	.518	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z11	Pearson Correlation	.229	.150	.119	-.019	.563	.544	.465	.266	1	.007	.007	.271	.170	.277	.290	.396	.202	.310	.119	.128	.283
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.021	.714	.000	.000	.000	.000	.899	.897	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.020	.012	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z12	Pearson Correlation	.020	.088	.127	.181	.082	.088	.162	.220	.007	1	.349	.347	.119	.143	.217	.181	.070	.084	.148	.074	.243
	Sig. (2-tailed)		.702	.086	.013	.000	.112	.087	.002	.000	.899	.000	.000	.020	.005	.000	.000	.172	.103	.004	.151	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z13	Pearson Correlation	.065	.023	.137	.167	-.011	.013	.084	.174	.007	.349	1	.346	.059	.182	.114	.184	.066	.023	.047	.164	.179
	Sig. (2-tailed)		.209	.652	.008	.001	.828	.794	.103	.001	.887	.000	.000	.252	.000	.027	.000	.199	.061	.382	.001	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z14	Pearson Correlation	.198	.129	.180	.024	.256	.279	.180	.111	.271	.347	.348	1	.060	.290	.378	.330	.075	.136	.089	.102	.288
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.000	.039	.000	.000	.030	.000	.000	.000	.000	.246	.000	.000	.000	.146	.009	.084	.047	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z15	Pearson Correlation	.041	.304	.144	.149	.103	.252	.383	.194	.170	.119	.059	.090	1	.464	.317	.304	.254	.224	.183	.060	.206
	Sig. (2-tailed)		.421	.000	.005	.004	.000	.000	.000	.001	.020	.252	.246	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.240	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z16	Pearson Correlation	.114	.073	.364	.227	.266	.173	.397	.335	.277	.143	.182	.260	.464	1	.530	.458	.273	.203	.059	.068	.381
	Sig. (2-tailed)		.026	.154	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.177	.194	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z17	Pearson Correlation	.066	.052	.245	.156	.233	.198	.283	.333	.298	.217	.114	.378	.317	.530	1	.373	.217	.187	.095	.140	.365
	Sig. (2-tailed)		.201	.313	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.066	.004	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z18	Pearson Correlation	.118	.084	.171	.075	.409	.256	.196	.218	.396	.181	.184	.330	.304	.458	.373	1	.145	.344	.170	.138	.324
	Sig. (2-tailed)		.021	.100	.001	.146	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.001	.007	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z19	Pearson Correlation	.118	.053	.098	.116	.105	.140	.301	.201	.202	.070	.066	.075	.254	.273	.217	.145	1	.619	.514	.100	.260
	Sig. (2-tailed)		.022	.301	.056	.024	.041	.006	.000	.000	.172	.199	.146	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.052	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z20	Pearson Correlation	.160	.131	.154	.081	.332	.317	.180	.123	.310	.084	.023	.139	.324	.203	.187	.344	.619	1	.563	.158	.260
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.003	.225	.000	.000	.000	.016	.000	.103	.861	.005	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z21	Pearson Correlation	.301	.095	.059	.038	.094	.193	.146	.072	.119	.148	.047	.088	.153	.069	.095	.170	.514	.563	1	.079	.187
	Sig. (2-tailed)		.000	.098	.253	.468	.068	.000	.004	.160	.020	.004	.382	.084	.003	.177	.066	.001	.000	.000	.122	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Z22	Pearson Correlation	.086	.027	.003	.071	.093	.158	.071	.033	.128	.074	.164	.102	.060	.068	.140	.138	.100	.158	.079	1	.213
	Sig. (2-tailed)		.094	.605	.955	.168	.070	.002	.166	.518	.012	.151	.001	.047	.240	.184	.004	.007	.052	.002	.122	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	.233	.119	.215	.257	.220	.276	.382	.328	.293	.243	.179	.288	.286	.381	.395	.324	.260	.250	.197	.213	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380	380

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6

Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	10.75	6.679	.335	.593
x2	11.52	6.588	.439	.556
x3	11.83	6.731	.452	.555
x4	12.35	7.400	.451	.576
x5	10.52	6.002	.372	.583
x6	10.92	6.487	.246	.645

Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.701	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	26.75	2.340	.371	.678
Y2	26.76	2.329	.351	.680
Y3	26.85	2.142	.375	.680
Y4	26.74	2.446	.269	.690
Y5	26.70	2.534	.374	.687
Y6	26.71	2.528	.265	.692
Y7	26.74	2.462	.246	.693
Y8	26.73	2.403	.366	.680
Y9	26.71	2.363	.564	.666
Y10	26.73	2.416	.372	.680
Y11	26.73	2.366	.424	.674
Y12	26.70	2.489	.414	.682
Y13	26.71	2.486	.347	.685
Y14	26.72	2.489	.306	.688
Y15	27.26	2.212	.164	.742

Uji Reliabilitas Variabel Z

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z2	33.74	13.063	.258	.812
Z4	33.98	12.466	.244	.814
Z5	33.88	12.330	.364	.806
Z6	33.90	12.463	.288	.810
Z7	33.81	12.397	.441	.804
Z8	33.82	12.277	.487	.802
Z9	33.82	12.167	.521	.800
Z10	33.83	12.264	.464	.802
Z11	33.82	12.302	.469	.802
Z12	33.99	12.232	.311	.810
Z13	34.04	12.341	.259	.814
Z14	33.98	11.928	.424	.803
Z15	34.02	11.836	.430	.803
Z16	34.01	11.499	.553	.795
Z17	34.04	11.584	.504	.798
Z18	34.00	11.644	.508	.798
Z19	33.88	12.279	.378	.806
Z20	33.86	12.191	.445	.802
Z21	33.77	12.830	.304	.810
Z22	34.31	12.526	.188	.819

Lampiran 7

Kategorisasi Interval Variabel X

Kategori

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	70	18.4	18.4	18.4
	Sedang	253	66.6	66.6	85.0
	Tinggi	57	15.0	15.0	100.0
	Total	380	100.0	100.0	

Kategorisasi Interval Variabel Y

Kategori

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	28	7.4	7.4	7.4
	Sedang	223	58.7	58.7	66.1
	Tinggi	129	33.9	33.9	100.0
	Total	380	100.0	100.0	

Kategorisasi Interval Variabel Z

Kategori

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	62	16.3	16.3	16.3
	Sedang	232	61.1	61.1	77.4
	Tinggi	86	22.6	22.6	100.0
	Total	380	100.0	100.0	

Lampiran 8

Hasil Uji Korelasi Parsial

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Terpaan Informasi	13.58	2.985	380
Sikap	28.50	1.998	380
Self Efficacy	35.46	3.648	380

Correlations

Control Variables			Terpaan Informasi	Sikap	Self Efficacy
-none- ^a	Terpaan Informasi	Correlation	1.000	.100	.079
		Significance (2-tailed)	.	.050	.123
		df	0	378	378
	Sikap	Correlation	.100	1.000	.344
		Significance (2-tailed)	.050	.	.000
		df	378	0	378
	Self Efficacy	Correlation	.079	.344	1.000
		Significance (2-tailed)	.123	.000	.
		df	378	378	0
Self Efficacy	Terpaan Informasi	Correlation	1.000	.078	
		Significance (2-tailed)	.	.128	
		df	0	377	
	Sikap	Correlation	.078	1.000	
		Significance (2-tailed)	.128	.	
		df	377	0	

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.