

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Niat beli Shopee pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta (nilai probabilitas (sig.) $t_{\text{hitung}} (0,000) < \text{Level of Significant} (0,05)$). Hal ini dapat diartikan, jika *Electronic Word of Mouth* meningkat, maka Niat beli Shopee pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta juga mengalami peningkatan.

5.2. Saran

1. Bagi Perusahaan

Berkaitan dengan *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat beli Shopee, maka diberikan saran bagi perusahaan PT Shopee Internasional Indonesia tetap memberikan *reward* kepada orang yang memberikan komentar serta merekomendasikan produk shopee kepada orang lain. Seperti contohnya, PT Shopee tetap memberikan *reward* berupa koin shopee kepada konsumen yang memberikan ulasan serta penilaian pada produk di shopee, contoh lainnya yaitu PT Shopee tetap memberikan voucher potongan maupun voucher spesial lainnya pada orang yang merekomendasikan produk shopee pada orang lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini juga diketahui bahwa masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi dalam penelitian ini. Penulis berharap

jika dilain kesempatan ada penelitian lain maka diharapkan menambah variabel-variabel lain selain *Electronic Word of Mouth* yang mempengaruhi niat beli konsumen. Variabel-variabel lain tersebut misalnya adalah kualitas pelayanan, keamanan, kepercayaan, promosi dan lain sebagainya.

5.3. Kelemahan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini yaitu penyebaran kuisiner hanya dilakukan secara daring sehingga untuk responden yang kurang paham dengan pertanyaan dalam kuisiner tersebut tidak bisa leluasa untuk bertanya secara langsung, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dalam penyebaran kuisiner dapat dilakukan secara daring dan luring agar responden yang kurang paham dapat bertanya secara langsung dan dijelaskan secara mendetail. Kuisiner berasal dari luar jurnal rujukan utama, bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengajukan pertanyaan kuisiner yang sesuai dengan topik penelitian agar memudahkan pemahaman responden dalam pengisian kuisiner.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bilson, S. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Cheung, M., Luo, C., Sia, C., & Chen, H. (2009). Credibility of electronic word of mouth: Informational and normative determinants of on-line consumer recommendations. *International Journal of Electronic Commerce*.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *Business Research Methods*. 12th ed. New York: McGraw-Hill.
- Creswell, J. (2014). *Research Design; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Jakarta: Pustaka Belajar.
- Elseidi, R., & El-Baz, D. (2016). electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt. . *The Business and Management Review, Volume 7 Number 5*.
- Fanoberova, A., & Kuczkowska, H. (2016). Effects Of Source Credibility And Information Quality On Attitudes And Purchase Intentions Of Apparel Products. *Thesis. Umeå School of Business and Economics Sweden*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8 Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner., K., & Gianfranco. (2004). Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet ? *Journal of Interactive Marketing*, 38-52.

- Jalilvand, M., & Samiei, N. (2012). Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence & Planning.*, Vol. 30 Iss: 4.
- Karmela, L., & Junaedi, L. (2009). "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Kosumen pada Toserba Griya Kuningan". *Equilibrium*, 5(9).
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management. Edisi 14. Global Edition.* . Pearson Prentice Hall.: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 15th edition.* Pearson Education.
- Kotler, Phillip, Bowen, J. ., & Makens, J. C. . (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism (6th ed.)*. Pearson.
- Kudeshia, C. (2015). Social e-wom: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? *Management Research Review*.
- Kumala, O. (2012). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta-Bali. *Jurnal Universitas Indonesia*.
- Kumar, A., & Kudeshia, C. (2017). Social Ewom: Does It Affect The Brand Attitude And Purchase Intention Of Brands?. *Management Research Review Vol. 40 No. 3* .
- Lapel, C., Anarbekov, E., & Ellez, O. (2011). Negative electronic word of mouth & customer based brand equity : A qualitative view of the Apple iPhone Aversion on Facebook. *Thesis. School of Management, Lund University Sweden*.
- Lin, T., Lu, K.-Y., & Wu, J.-J. (2012). The effects of visual information in e-WOM communication. *Journal of Research in Intervative Marketing*, 7-26.
- Malhotra, N. (2009). *Riset Pemasaran Edisi Keempat Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.* Jakarta: PT Indeks.
- Miriam, J., Metzger, A., Flanagan, J., & Medders, R. (2010). Social and heuristic approaches to credibility evaluation online. *Journal of Communication* 60.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition.* Assex: Pearson Education Limited.
- Pakapatpornp, N. (2017). An influence of e-wom and A Moderating Role of Brand. *Assumption Journal*.

- Park, D., & Kim, S. (2008). The effects of consumer knowledge on message processing of electronic word of mouth via online consumer reviews. *Electronic Commerce Research and Applications* 7.
- Pearson, M. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta. Jakarta: Salemba.
- Resky, G. T. (2016). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tas Di Instagram Rgfashion Store. *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*.
- Saleem, A. (2017). Influence of e-wom purchase intention of fashion products on social marketing website. *Pakistan Journal of Commerce and Social Science*.
- Schiffman dan Kanuk. (2010). *perilaku konsumen, edisi ketujuh*. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 7th ed.* West Sussex: John Wiley and Sons.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tariq, M., Tanver, A., Abrar, M., & Iqbal, A. (2017). EWOM And Brand Awareness Impact On Consumer Purchase Intention. *Mediating Role Of Brand Image*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Yunus, N., Ariff, M., Som, N., Zakuan, N., & Sulaiman, Z. (2016). The Mediating Effect of Brand Image between Electronic Word of Mouth and Purchase Intention in Social Media. *Advanced Science Letters Vol 2*.
- Yusuf, A. S. (2017). Influence of e-wom engagement on consumer purchase intention in social commerce. *Journal of Service Marketing*.

LAMPIRAN

Lampiran 1: KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan nama saya Liana Christiani, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan suatu penelitian untuk tugas akhir saya dengan judul “ Pengaruh Social *Electronic Word of Mouth* terhadap Niat beli Shopee pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.”

Dengan segala kerendahan hati, saya mohon untuk teman-teman berkenan membantu saya untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan pengalaman teman-teman. Terimakasih, GBU.

Jenis Kelamin:

Angkatan:

- 2016
- 2017
- 2018
- Yang lain . . .

Berapa lama menggunakan *e-commerce* shopee?

- < 1 tahun
- 1 - 2 tahun
- > 2 tahun

Responden diminta untuk menjawab pernyataan dibawah ini dengan pilihan jawaban:

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

NIAT BELI

Suatu kegiatan pemusatan perhatian individu terhadap suatu barang atau jasa yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga minat tersebut menimbulkan keinginan dan kemudian timbul perasaan yang meyakinkan individu bahwa barang atau jasa tersebut memiliki manfaat, dan individu ingin memiliki atau mendapatkannya dengan membeli dengan uang.

Shopee merupakan *e-commerce* yang terpercaya

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya memiliki kesan yang baik terhadap *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk-produk di shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Testimoni pengguna *e-commerce* shopee menunjukkan hal yang positif, sehingga saya berniat membeli

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya ingin menggunakan *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya tertarik membeli produk di shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya akan membeli produk di shopee

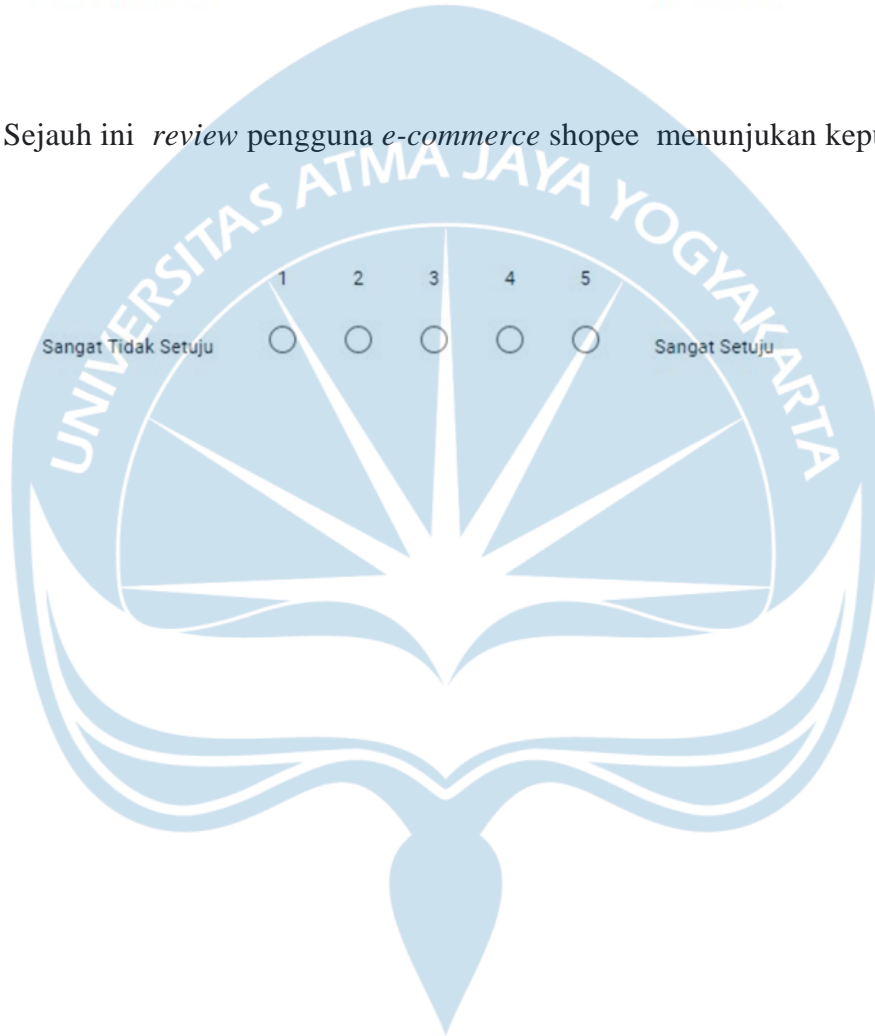
1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Sejauh ini *review* pengguna *e-commerce* shopee menunjukkan kepuasan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



SOCIAL ELECTRONIC WORD OF MOUTH

Pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh konsumen potensial, konsumen riil, atau mantan konsumen tentang sebuah produk atau perusahaan yang dapat diakses oleh banyak orang atau institusi melalui media social.

Saya sering membuka *review* pada web atau aplikasi *e-commerce* shopee sebelum melakukan transaksi

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya dapat merasakan bahwa media sosial merupakan tempat yang efektif untuk mendapatkan informasi mengenai shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya pernah membaca testimoni dari pengguna *e-commerce* shopee yang menunjukkan ketidakpuasan

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Melalui internet saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Melalui internet saya merasakan kepedulian orang lain saat merekomendasikan berbelanja di shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Melalui internet saya mendapatkan informasi mengenai komentar/*review* positif konsumen pengguna *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Melalui internet saya mendapatkan informasi bahwa *e-commerce* shopee merupakan tempat yang tepat untuk membeli produk secara online

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya memperoleh informasi mengenai *e-commerce* shopee melalui media sosial

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya ikut berinteraksi dalam media sosial untuk mengetahui informasi tentang *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Melalui internet saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa puas dengan produk *e-commerce* shopee sehingga saya ingin *sharing* tentang kepuasan saya di internet maupun di media sosial

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya ingin mencari informasi melalui internet ataupun *social* media mengenai *e-commerce* shopee

1 2 3 4 5
Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Sumber Kuesioner:

Hennig-Thurau, T., Gwinner., K., & Gianfranco. (2004). Electronic Word of Mouth Via Consumer Opinion Platform : What Motivates Consumers To Articulate Themselves on The Internet ? *Journal of Interactive Marketing*, 38-52.

Karmela, L., & Junaedi, L. (2009). "*Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Kosumen pada Toserba Griya Kuningan*". *Equilibrium*, 5(9).

Lampiran 2: DATA KUESIONER

Jenis_Kelamin	Angkatan	Lama Penggunaan	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X
			2	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	46
2	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47
2	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	52
1	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	51
2	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
1	3	3	1	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	47
2	3	2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
2	2	3	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	4	5	44
2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	58
2	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	49
2	3	3	2	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
2	3	2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
1	3	3	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	54
2	3	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	4	47
2	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57
2	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	54
2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	41
2	3	3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	2	3	2	4	2	2	3	4	4	4	3	4	5	3	40
1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	41
2	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
2	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	58
2	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	57
2	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	60
2	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	51
2	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	48
2	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	3	3	3	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	51
2	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	5	4	4	3	43
2	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	51
1	4	1	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	48
2	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	50
1	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	44
1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	45
1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	6	3	3	3	2	3	4	5	5	4	5	5	5	4	48
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
1	3	1	3	3	3	3	4	4	1	3	2	2	1	4	33
1	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	49
2	6	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	4	3	2	2	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	39
2	6	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	54
1	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54
1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	4	2	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	50
1	2	1	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	56
1	4	2	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	57
2	4	3	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	56
2	4	3	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	46
2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
2	6	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45
2	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	54
1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	52
2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	42
2	3	3	3	4	2	3	5	4	4	3	4	4	4	4	44
1	4	3	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	3	54
1	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	51
2	3	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
2	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	55
1	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	51
2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	51
2	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	5	41
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	3	2	2	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	50
1	3	1	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	48
2	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
2	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	53
1	3	1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	44
2	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	52
2	3	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	56
1	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	53
2	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	49
2	6	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
2	6	1	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	52
2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	3	2	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	53
1	4	3	4	2	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	51
2	2	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	57
2	2	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	57
2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	58
1	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	2	1	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	56
2	4	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	53
2	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
2	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	56

2	2	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57
1	3	3	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	53
2	2	1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	56
2	3	2	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	53
2	2	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
2	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	57
1	3	1	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	55
2	4	2	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	56
1	2	1	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	57
2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
2	2	1	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
2	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	55
2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
1	3	1	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	53
2	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
2	2	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
1	4	1	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	51
2	2	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
2	3	1	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	55
2	2	1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	58
2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	53
2	2	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	57
1	4	2	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	52
2	2	1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	56
2	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	55
2	2	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
2	2	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	54
1	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
1	2	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
2	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	57
1	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	56
2	2	1	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	56
2	2	1	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	57
1	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	54
2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
2	3	2	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	56
2	2	1	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	56
2	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	57
1	2	1	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	55
2	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	56
2	2	1	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	54
2	4	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
2	3	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	54
1	2	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	56
2	2	1	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	56
2	6	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
1	2	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57
2	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	3	2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	55
1	2	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	52
2	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	4	2	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	55
2	2	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	51
1	4	2	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	55
2	2	1	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	54
2	3	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	57
1	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	56
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	52
1	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
1	2	2	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	55
2	3	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	54
2	2	2	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	54
2	3	2	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	55
1	2	2	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	54
1	2	2	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	53
2	2	2	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	56
1	3	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	58
2	4	1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	57
2	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	52
2	2	2	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	54
2	2	1	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	55
1	3	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	55
2	3	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	57
2	2	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	54
2	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	54
2	2	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	57
2	3	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	58
2	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	54
2	3	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	55
2	3	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	57
2	2	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	54
2	2	1	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	54
2	3	2	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	53
2	3	2	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	53
2	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	57
1	2	2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	56
2	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	55
1	4	2	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	54
2	2	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	3	1	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	54
2	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	55
2	2	2	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	55
2	3	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	54
2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	52
2	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	54
2	3	1	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	54
2	3	1	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	54
2	4	2	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	56
2	3	3	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	54

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	5	3	4	4	4	33
4	3	5	4	3	3	5	5	32
5	5	4	4	4	3	3	4	32
4	3	5	4	4	3	5	5	33
4	4	3	5	5	5	5	5	36
5	5	5	5	5	2	5	5	37
3	4	5	5	5	5	4	4	35
5	5	5	3	3	3	5	5	34
5	4	4	5	5	3	5	5	36
5	4	5	4	3	2	4	4	31
4	4	4	4	4	2	4	4	30
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	4	4	4	4	3	5	5	34
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	4	4	5	5	2	5	5	35
4	5	2	3	4	2	5	5	30
4	3	4	4	4	3	5	3	30
4	3	5	4	3	3	5	5	32
4	4	3	4	4	3	4	4	31
5	3	5	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	3	4	4	31
5	5	5	5	5	2	5	5	37
5	5	5	4	5	2	4	5	35
4	4	3	4	4	2	3	3	27
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	5	2	5	5	4	5	5	36
5	5	5	4	5	4	5	5	38
5	4	5	4	4	5	5	4	36
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	5	5	4	5	4	5	4	36
3	3	5	4	3	4	4	4	30
5	5	5	5	5	3	5	5	38
4	4	4	4	4	2	4	4	30
4	4	4	4	4	2	4	4	30
4	4	4	4	4	3	2	5	31
5	4	4	4	3	4	3	4	31
4	4	4	4	3	2	5	5	31
4	4	4	4	3	2	4	4	29
3	3	4	3	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	4	5	5	3	3	5	5	35
4	4	4	4	4	2	4	4	30
5	3	5	3	3	3	2	1	25
5	4	5	4	3	1	5	5	32
5	5	5	5	5	2	5	5	37
1	2	5	5	1	4	4	4	26
5	5	5	5	3	4	5	5	37
5	5	3	4	4	4	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	4	5	4	3	2	4	4	31
5	4	4	4	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	5	3	5	5	38
5	4	5	4	4	2	4	4	32
4	4	4	4	4	3	2	4	29
5	5	3	5	4	4	4	4	34
5	5	5	3	5	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	2	5	33
3	4	3	4	3	2	4	4	27
2	3	4	3	3	4	4	4	27
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	4	2	5	4	35
3	3	3	3	3	4	4	4	27
5	5	5	5	5	3	5	5	38
4	4	4	4	4	2	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	3	3	36
5	4	4	4	5	2	4	4	32
2	4	2	4	4	2	5	5	28
3	3	3	4	3	3	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	4	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	5	5	36
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	4	4	3	5	5	35
5	4	5	4	4	2	5	5	34
4	4	4	4	4	2	4	4	30
4	5	5	4	5	4	5	4	36
5	5	4	4	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	2	5	36
5	4	5	5	2	4	5	5	35
5	4	5	5	5	5	4	5	38
5	4	4	5	5	2	4	4	33
5	5	5	5	5	3	5	4	37
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	4	38
5	5	5	5	4	3	4	4	35
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	4	4	5	5	3	4	5	35

5	4	4	5	5	2	4	5	34	
5	5	5	5	4	4	4	4	36	
4	3	5	5	5	2	5	4	33	
5	4	5	5	4	5	4	4	36	
5	4	4	5	4	4	4	5	36	
5	4	4	4	5	2	4	5	33	
5	4	4	5	5	3	5	5	36	
4	5	4	4	4	3	5	4	33	
5	5	4	5	4	2	5	4	34	
4	3	5	5	5	2	5	5	34	
5	5	5	4	5	5	5	5	39	
5	5	5	5	5	2	5	5	37	
4	5	5	5	5	3	5	4	36	
5	4	5	5	4	3	4	5	35	
5	4	4	5	4	4	5	5	36	
5	4	4	5	5	4	4	5	36	
5	5	5	4	4	5	5	4	37	
5	4	5	5	5	3	5	4	36	
5	5	4	4	4	4	5	4	36	
5	5	5	5	5	4	5	5	39	
4	5	5	5	4	2	5	5	35	
5	5	5	5	5	5	5	5	40	
5	4	4	4	5	2	5	5	35	
4	4	4	4	4	3	5	5	33	
5	4	4	4	5	3	5	5	35	
5	5	5	5	5	5	5	5	40	
5	5	5	4	5	3	5	5	37	
4	5	5	5	5	4	4	5	37	
5	5	5	5	5	3	4	5	37	
5	5	5	5	4	3	5	5	37	
5	4	5	4	4	5	5	5	37	
5	4	5	5	4	3	5	4	35	
5	5	5	5	4	4	5	4	37	
4	4	5	5	4	3	5	4	34	
5	4	5	5	5	3	5	5	37	
4	5	5	5	5	4	5	5	38	
4	5	5	5	4	5	5	5	38	
5	5	5	4	4	3	4	5	35	
5	5	5	4	4	3	4	5	36	
5	4	5	5	5	3	5	5	37	
4	4	4	5	4	5	5	4	36	
4	4	5	5	5	3	5	5	36	
5	4	5	4	5	5	3	5	36	
5	4	5	4	4	3	4	5	35	
5	5	5	4	4	3	5	5	36	
5	4	4	5	4	4	5	5	38	
4	5	4	5	4	2	5	5	34	
4	4	4	5	5	2	5	5	34	
5	5	5	4	5	2	4	4	34	
4	4	5	5	5	5	5	5	38	
5	4	5	5	5	4	5	5	39	
5	4	4	4	5	5	1	5	4	33
4	4	4	5	4	2	5	4	32	
5	5	5	4	5	2	5	4	35	
4	4	5	5	5	5	5	5	4	37
5	5	4	5	5	3	5	4	36	
4	4	5	4	5	4	5	4	35	
5	4	4	4	5	4	5	4	35	
5	4	4	4	4	5	2	5	4	33
5	5	5	4	5	4	5	4	37	
4	5	4	4	5	5	5	5	38	
4	5	5	4	5	4	4	5	36	
5	5	4	5	4	3	4	5	35	
4	4	4	5	4	3	4	5	34	
5	4	5	5	5	2	5	4	35	
5	5	5	5	5	5	4	5	39	
5	5	4	5	4	5	4	4	36	
5	4	4	4	5	5	4	5	4	36
4	5	5	4	5	5	5	4	37	
5	4	5	4	5	4	5	4	36	
5	5	5	5	5	3	5	5	38	
5	5	5	4	4	2	5	5	35	
5	4	5	4	4	2	5	5	34	
5	5	4	5	4	3	4	5	35	
4	4	4	4	4	5	5	4	35	
5	5	4	5	5	4	4	4	36	
5	4	5	5	5	4	5	4	37	
4	5	4	4	4	2	5	4	32	
5	5	4	4	4	2	4	4	32	
5	4	5	5	4	4	5	4	36	
4	5	5	5	5	4	5	5	38	
5	5	4	5	4	2	4	5	34	
5	4	5	5	4	5	5	4	37	
4	5	4	4	4	3	4	4	32	
5	5	4	5	4	3	4	5	35	
5	5	4	4	4	4	4	5	35	
4	5	4	4	4	4	4	4	36	
5	4	5	5	5	4	4	5	4	37
4	5	4	4	4	4	4	5	4	36
5	4	4	4	4	2	4	4	31	
5	5	4	4	5	2	5	5	35	
5	4	4	5	5	4	5	5	37	
5	4	3	4	4	4	5	5	34	

Lampiran 3: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X
1	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	55
2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	54
3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	52
4	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	55
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	5	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	53
9	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	57
10	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
11	5	4	5	4	3	5	3	5	4	3	3	5	49
12	4	3	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	49
13	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	57
14	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
15	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	43
16	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
17	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	54
18	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	49
19	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	56
20	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	58
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
22	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	53
23	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	56
24	4	2	3	3	4	5	2	2	4	5	4	4	42
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
26	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	54
27	5	2	3	4	4	5	3	2	3	5	3	5	44
28	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
29	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	56
30	5	4	3	4	3	4	4	3	5	3	3	5	46

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
5	5	5	5	4	5	5	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	3	5	5	5	4	4	35
5	4	5	4	4	5	4	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	5	39
4	5	5	4	5	5	4	5	37
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	5	4	5	5	5	5	4	38
5	5	5	4	4	5	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	5	4	38
5	5	5	5	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	3	4	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	4	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	4	4	5	38
5	5	5	4	4	5	5	5	38
5	5	4	5	5	5	5	5	39

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	46.73	42.133	.704	.915
X2	47.23	40.737	.678	.916
X3	47.00	40.000	.735	.913
X4	47.03	41.068	.722	.914
X5	47.07	40.547	.744	.913
X6	46.83	43.040	.550	.921
X7	47.00	39.931	.742	.913
X8	47.20	40.166	.681	.916
X9	46.97	42.585	.627	.918
X10	47.07	42.133	.543	.922
X11	47.07	41.237	.717	.914
X12	46.73	42.202	.695	.915

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	33.10	5.334	.572	.820
Y2	33.00	5.586	.622	.820
Y3	33.13	5.361	.412	.840
Y4	33.20	5.062	.618	.813
Y5	33.23	4.737	.647	.809
Y6	33.13	5.292	.555	.821
Y7	33.23	4.875	.695	.802
Y8	33.27	4.961	.527	.827

Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	8

Lampiran 4: KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	57	28.5	28.5	28.5
	Perempuan	143	71.5	71.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2015	3	1.5	1.5	1.5
	2016	54	27.0	27.0	28.5
	2017	93	46.5	46.5	75.0
	2018	43	21.5	21.5	96.5
	2020	7	3.5	3.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

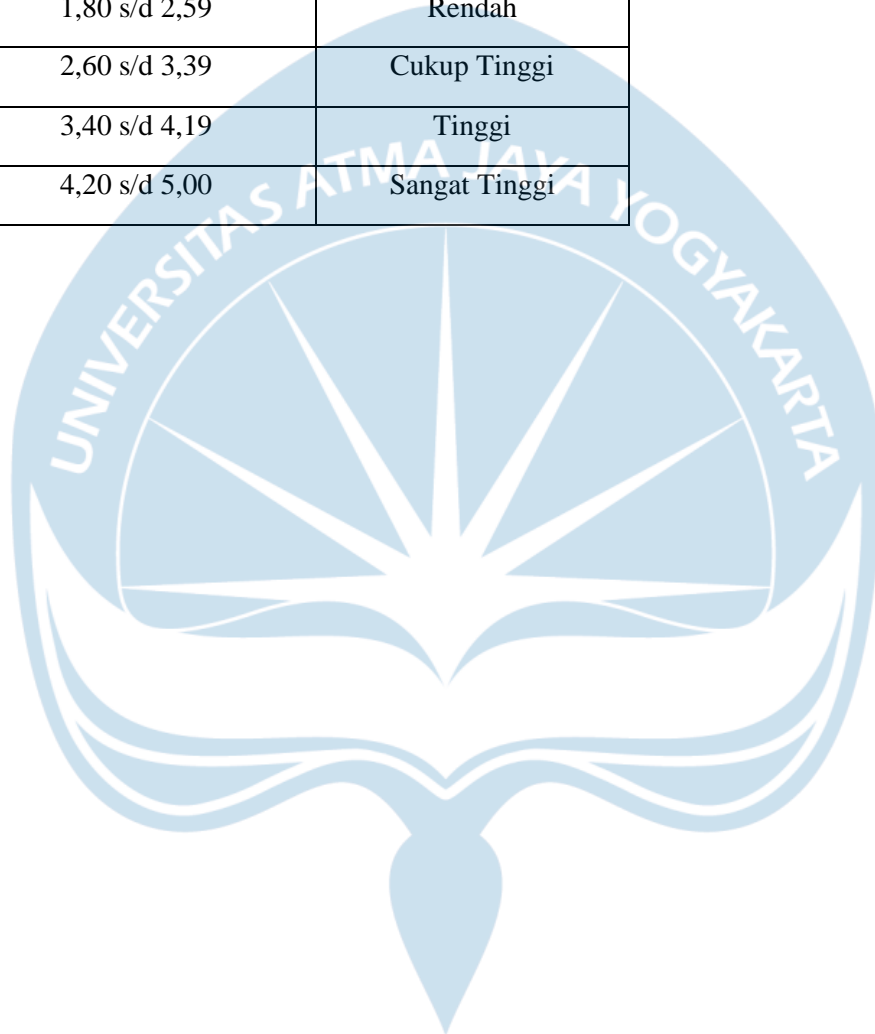
Lama_Penggunaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	45	22.5	22.5	22.5
	1 - 2 tahun	66	33.0	33.0	55.5
	> 2 tahun	89	44.5	44.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lampiran 5: Statistik Deskriptif

Interval Skala

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Cukup Tinggi
3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi



Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	200	1	5	4.33	.821
X2	200	1	5	4.32	.728
X3	200	1	5	4.38	.841
X4	200	2	5	4.42	.711
X5	200	3	5	4.63	.571
X6	200	3	5	4.50	.540
X7	200	1	5	4.54	.649
X8	200	3	5	4.48	.626
X9	200	2	5	4.56	.563
X10	200	2	5	4.62	.563
X11	200	1	5	4.53	.584
X12	200	3	5	4.46	.608
X	200	33	60	53.77	4.881
Y1	200	1	5	4.60	.650
Y2	200	2	5	4.44	.639
Y3	200	2	5	4.49	.657
Y4	200	3	5	4.49	.576
Y5	200	1	5	4.36	.717
Y6	200	1	5	3.34	1.086
Y7	200	2	5	4.62	.563
Y8	200	1	5	4.53	.584
Y	200	25	40	34.87	3.036
Valid N (listwise)	200				

Lampiran 6 : Regresi Linier

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.515	2.115

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	948.814	1	948.814	212.084	.000 ^b
	Residual	885.806	198	4.474		
	Total	1834.620	199			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.817	1.658		6.522	.000
	X	.447	.031	.719	14.563	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.10980716
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.046
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik (Uji Heteroskedastisitas)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.257	.958		5.489	.000
	X	.066	.018	.257	3.742	.239

a. Dependent Variable: Abs_Res