

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dari 100 responden yang telah didapatkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas konten di akun Instagram @lifeatblibli berpengaruh 50,3% terhadap tingkat kepuasan *followers*-nya. Konten yang dimaksud pada penelitian ini spesifiknya mengenai informasi lowongan pekerjaan yang tersedia di Blibli selaku pemilik akun. Sesuai dengan judulnya, penelitian ini memiliki dua variabel berupa kualitas konten dan tingkat kepuasan *followers*.

Pada kualitas konten, indikator yang paling dominan adalah aksesibilitas dengan pernyataan *kemudahan konten lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatblibli untuk diakses di mana saja*. Sementara pada tingkat kepuasan *followers*, kepuasan identitas pribadi dengan pernyataan *kepuasan akan temuan jenis pekerjaan yang sesuai dengan pribadi pada konten lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatblibli*. Selain yang tertinggi, indikator dengan skor rata-rata terendah pada variabel kualitas konten adalah pernyataan *kemenarikan isi konten lowongan pekerjaan pada akun Instagram @lifeatblibli* dari indikator atraktivitas. Sementara pada tingkat kepuasan *followers* adalah pernyataan *kepuasan dalam mendapatkan teman*

*baru di akun Instagram @lifeatblibli* dari indikator kepuasan integrasi dan interaksi sosial.

Hipotesis yang berbunyi kualitas konten berpengaruh terhadap tingkat kepuasan *followers* Instagram @lifeatblibli berhasil dibuktikan pada penelitian ini. Hal ini juga diperkuat dari hasil pengolahan data didapatkan bahwa kualitas konten berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan *followers* akun Instagram @lifeatblibli. Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan, yaitu teori Stimulus-Respons (S-R) yang menjelaskan reaksi berupa tingkat kepuasan pada sebuah rangsangan berupa kualitas konten akun Instagram @lifeatblibli melalui proses internal *followers* mereka.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang sudah peneliti paparkan pada bagian sebelumnya, didapatkan dua saran yang dapat dijabarkan sebagai berikut,

### **1. Saran Praktis**

Seratus responden penelitian ini, yang merupakan *followers* dari akun Instagram @lifeatblibli, merasa tidak puas dengan isi konten dan kesempatan mendapatkan teman baru di akun Instagram tersebut. Maka dari itu, pihak Social Media pada Employer Branding Blibli diharapkan melakukan upaya untuk meningkatkan kepuasan *followers* pada kedua hal tersebut. Upaya yang dilakukan seperti membuat isi konten menjadi singkat, padat, dan jelas sehingga mudah dipahami dan membuka ruang

diskusi bagi para *followers*. Pengelola akun Instagram @lifeatbibli diharapkan juga bisa lebih interaktif membalas pesan yang masuk, baik di fitur *direct message* atau *comment*. Sebab konteks teman baru di sini bukan hanya antara *followers* saja, tetapi juga bisa antara pengelola akun Instagram @lifeatbibli dengan *followers*. Hal ini dikarenakan peneliti masih banyak melihat komentar-komentar yang tidak terjawab oleh akun Instagram @lifeatbibli.

## **2. Saran Akademis**

Peneliti berharap agar pada penelitian selanjutnya bisa menggunakan atau menambahkan variabel independen lain yang berpengaruh pada tingkat kepuasan *followers*. Salah satu variabel independen yang disarankan berupa interaktivitas akun Instagram. Hal ini dikarenakan pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 49,7% dari tingkat kepuasan *followers* dipengaruhi variabel lain. Selain itu, karena keterbatasan waktu dan biaya yang dialami peneliti pada penelitian ini, maka bagi penelitian selanjutnya bisa menambahkan lebih banyak sampel agar hasil penelitian dapat lebih komprehensif lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, F. Z. (2014). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Komunikasi Massa. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 18(1), 67.
- Amalia, S., & Fakhri, M. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gramedia Asri Cabang Emerald Bintaro. *Jurnal Computech & Bisnis*, 10(2), 119-127.
- Amaral, I. (2015). *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. [https://www.researchgate.net/publication/303443794\\_Instagram\\_-\\_social\\_media](https://www.researchgate.net/publication/303443794_Instagram_-_social_media)
- Andrianova, S., Maor, D., & Schaninger, B. (2018, August 7). *Winning with your talent-management strategy* | McKinsey. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/winning-with-your-talent-management-strategy>
- Apriyono, A., & Taman, A. (2013). ANALISIS OVERREACTION PADA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2005-2009. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i2.1665>
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *PARAMETER*, 6(1), 38-49. <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Arini, S. C. (2022, October 14). *Blibli, Tiket, dan Ranch Market Resmi Gabung Jadi Blibli Tiket*. Detik Finance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6348507/blibli-tiket-dan-ranch-market-resmi-gabung-jadi-blibli-tiket>
- Arwani, A. S., & Mahfudz, M. (2022). PENGARUH E-WOM, KUALITAS KONTEN TERHADAP SUBSCRIPTION DECISION MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Astriani, R., & Nanda, S. E. (2022). THE EFFECT OF USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ON FOLLOWERS' INFORMATION REQUIREMENTS IN FOLLOWING ACCOUNTS @FOLKATIVE. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(1), 01-09. <https://doi.org/10.56127/jushpen.v1i1.83>
- Benu, F. L., & Benu, A. S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, Dan Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Blibli. (n.d.-a). *Online Mall Blibli, Situs Belanja Online Aman, Nyaman & Terpercaya!* Blibli.Com. Retrieved April 7, 2023, from <https://www.blibli.com/>
- Blibli. (n.d.-b). *Tentang Blibli: Ketahui Visi, Misi dan Nilai-nilai Kami*. Retrieved April 7, 2023, from <https://about.blibli.com/id/about>
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Caesarina, G. D., & Huda, A. M. (2022). EFEKTIVITAS MEDIA INSTAGRAM @ITTELKOMSURABAYA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM SURABAYA. *Commercium*, 5(1), 11.
- Cahyono, A. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Cantika, N., & Riyanto, S. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v6i2.722>
- CNN Indonesia. (2020, November 19). *RUU PDP: Batasan Usia Boleh Pakai Medsos 17 Tahun*. teknologi. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201119164545-185-571979/ruu-pdp-batasan-usia-boleh-pakai-medsos-17-tahun>
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, S. A., & Abdurrahman, M. S. (2020). Pengaruh Public Relations Terhadap Keputusan Pembelian Lion Air Di Kalangan Mahasiswa Bandung Raya (studi Kuantitatif Deskriptif Kecelakaan Pesawat Lion Air Jt-610). *eProceedings of Management*, 7(1), Article <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11818>
- Dewi, L., & Nathania, S. (2018). PENGUKURAN ASPEK KEPUASAN KONSUMEN LE FLUFFY DESSERT. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 61–72. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1087>
- Farras, B. (2019, March 15). *Alasan e-Commerce Berani Bayar Gaji Selangit ke Milenial*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190315121027-37-60875/alasan-e-commerce-berani-bayar-gaji-selangit-ke-milenial>
- Handayani, I. (2019, November 17). *Jenis Pekerjaan Ini Jadi Pilihan Generasi Z*. Berita Satu. <https://www.beritasatu.com/news/585793/jenis-pekerjaan-ini-jadi-pilihan-generasi-z>
- Imansari, A. F., & Sujarwadi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Akun Twitter @Aeribase terhadap Kepuasan Pengguna. *Jurnal MIK*, 5(1), 15–23.

- Instagram. (n.d.). *Instagram Features | Stories, Reels & More | About Instagram*. Retrieved November 23, 2022, from <https://about.instagram.com/features>
- Jati, R. P., & Herlina, M. (2013). Hubungan antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di PT MNC Skyvision Jakarta. *Jurnal ASPIKOM*, 2(1), 589. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i1.37>
- Ketaren, T. E. (2022, September 21). *Brief Interview with Associate Employer Branding Lead at Blibli* [Microsoft Teams].
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kurbani, A., & Ruslan. (2020). Pengaruh Pengawasan Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kejaksaan Tinggi Sumatera Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Investasi*, 2(1).
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). HUBUNGAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN KEMAMPUAN LITERASI MEDIA DI UPT PERPUSTAKAAN ITENAS. *EduLib*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Louis, C. (2023, March 31). *Blibli OMG resmikan Gerai Khusus Produk Apple*. medcom.id. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/IKYvEPWN-blibli-omg-resmikan-gerai-khusus-produk-apple>
- McKinsey & Company. (2019). *Otomasi dan masa depan pekerjaan di Indonesia*. McKinsey & Company.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 127-138.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musfiah, M., & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 4(4), Article 4.
- Nadya, K. (2022, October 19). *Kisah Pendiri Blibli, Mahasiswa Teknik dengan Segudang Prestasi—Bagian all*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/inspirator/kisah-pendiri-blibli-mahasiswa-teknik-dengan-segudang-prestasi/all>
- Ngafifi, M. (2014). KEMAJUAN TEKNOLOGI DAN POLA HIDUP MANUSIA DALAM PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Depok: Rajawali Pers.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service



- Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- Pasaribu, A. (2022, May 14). *Blibli telah terapkan WFA sejak awal 2022*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2879637/blibli-telah-terapkan-wfa-sejak-awal-2022>
- Pratama, D. (2020). Pengembangan Skala Thurstone Metode Equal Appearing Interval untuk Mengukur Sikap Moderasi Beragama Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 11(1), 71. <https://doi.org/10.26740/jptt.v11n1.p71-82>
- Putri, L. M. (2023, January 10). *Blibli buka tujuh gerai offline Blibli Store sepanjang 2022*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/3343692/blibli-buka-tujuh-gerai-offline-blibli-store-sepanjang-2022>
- Rahim, M., Erawan, E., & Alfando, J. (2018). MOTIF PENGGUNAAN INSTAGRAM STORY (STUDI KASUS PADA SISWA SISWI JURUSAN MULTIMEDIA DI SMK NEGERI 1 SAMARINDA). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 13.
- Rahmi, A. (2022, September 29). *Brief Interview with Employer Branding—Social Media at Blibli* [Microsoft Teams].
- Rizkinaswara, L. (2020, April 17). Talenta Digital jadi Faktor Penting Transformasi Digital. *Ditjen Aptika*. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/04/talenta-digital-jadi-faktor-penting-transformasi-digital/>
- Rosana, F. C. (2022, November 8). *Blibli IPO Hari Ini, Simak Harga Penawaran hingga Prospeknya*. Tempo. <https://bisnis.tempo.co/read/1654315/blibli-ipo-hari-ini-simak-harga-penawaran-hingga-prospeknya>
- Runiasari, M. (2021). Analisis Kualitas Konten dan Interaktivitas Merek dalam Meningkatkan Niat Beli Konsumen pada Merek Fesyen Melalui Instagram Menggunakan Paradigma SOR. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12(1), 1648-1655.
- Shabrina, N., Darmadi, & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 3(2), 164-173.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PERUMAHAN PT. BERLIAN BERSAUDARA PROPERTINDO. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1).

Tian, L., Tan, Y. R., & Xu, Y. (2018). Marketplace, Reseller, or Hybrid: Strategic Analysis of an Emerging E-Commerce Model. *Production and Operations Management*, 27(8), 1595–1610. <https://doi.org/10.1111/poms.12885>

Tinambunan, T. M., & Siahaan, C. (2022). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DIKALANGAN PELAJAR. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>

We Are Social. (2022, January 26). *DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH*. We Are Social UK. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

Widi, S. (2022, July 11). *Daftar E-Commerce dengan Karyawan Terbanyak per Kuartal I/2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-karyawan-terbanyak-per-kuartal-i2022>

Widianti, D. F., & R, A. M. (2022). PENGARUH EMPLOYER ATTRACTIVENESS DAN CORPORATE REPUTATION TERHADAP INTENSI MELAMAR KERJA TALENTA DIGITAL GENERASI Z PADA STARTUP UNICORN INDONESIA. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 24(1), Article 1. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v24i1.16169>



## LAMPIRAN

### A. Kuesioner

Halo! Perkenalkan saya Bintang Khairunisa Sakuntala, mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir atau skripsi saya dengan judul *Pengaruh Kualitas Konten terhadap Tingkat Kepuasan Followers Instagram @lifeatbibli*. Penelitian ini bermaksud untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner ini dengan kriteria sebagai berikut,

1. Minimal telah berusia 17 tahun.
2. Mengikuti atau *following* akun @lifeatbibli di Instagram.
3. Pernah melihat atau membaca lowongan pekerjaan di akun @lifeatbibli di Instagram.

#### **Data Responden**

Silakan mengisi pernyataan di bawah sebelum memulai mengisi kuesioner ini.

1. Nama atau Inisial.
2. Jenis Kelamin
  - a. Perempuan
  - b. Laki-Laki







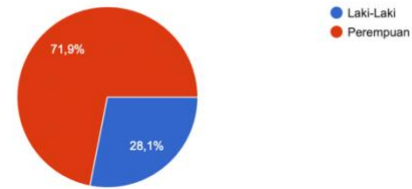


## B. Jawaban Responden (Google Form)

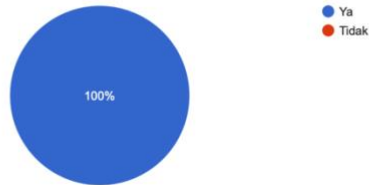
Nama  
121 jawaban

Tasya Putri
salfa
Sasa
Nissa
Syafaira Ananda
MP
Citra maharani
Ghina vitasari
Renata Gabriella

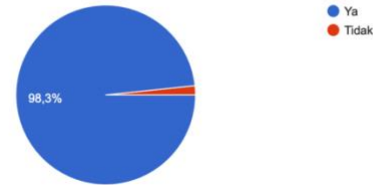
Jenis Kelamin  
121 jawaban



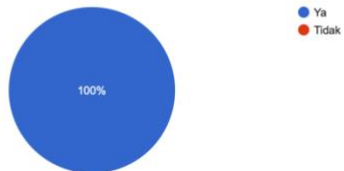
Saya telah berusia 17 tahun  
121 jawaban



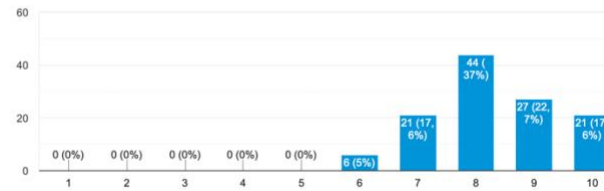
Saya mengikuti atau *follow* akun @lifeatbliibli di Instagram  
121 jawaban



Saya pernah melihat atau membaca lowongan pekerjaan di Bliibli melalui akun @lifeatbliibli di Instagram  
119 jawaban



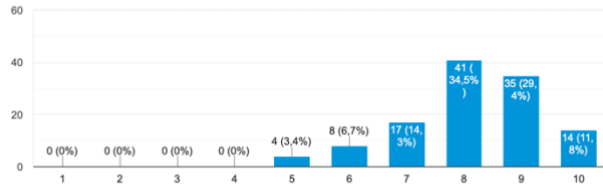
Kemenarikn *headline* konten lowongan pekerjaan pada akun Instagram @lifeatbliibli  
119 jawaban



Kemernarikan isi konten lowongan pekerjaan pada akun Instagram @lifeatbibli

Salin

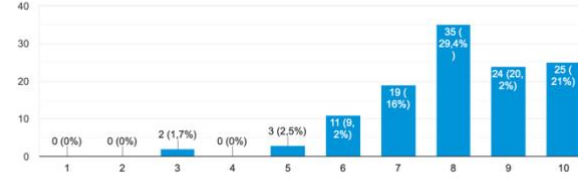
119 jawaban



Keunikan desain konten lowongan pekerjaan pada akun Instagram @lifeatbibli

Salin

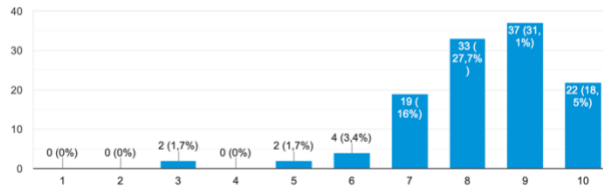
119 jawaban



Keringkasan informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

Salin

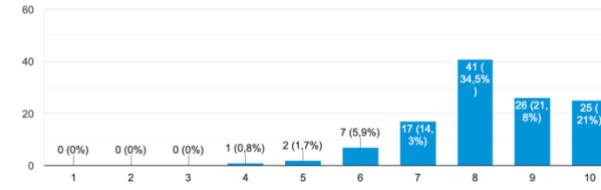
119 jawaban



Kepadatan informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

Salin

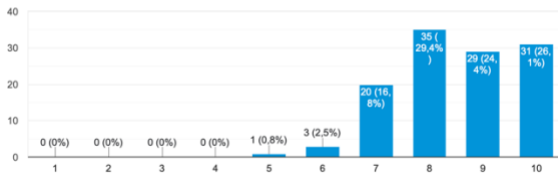
119 jawaban



Kemudahan informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli untuk dipahami

Salin

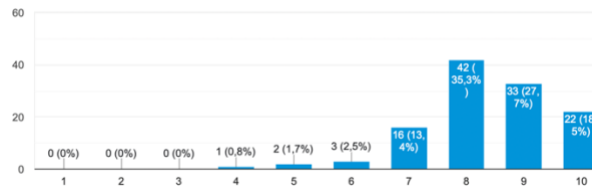
119 jawaban



Kelengkapan informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

Salin

119 jawaban

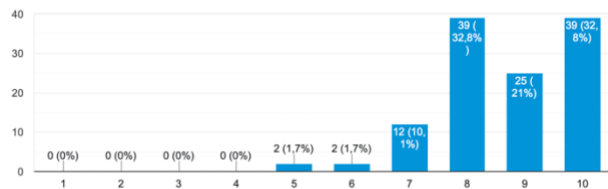




Kredibilitas informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbilibi

Salin

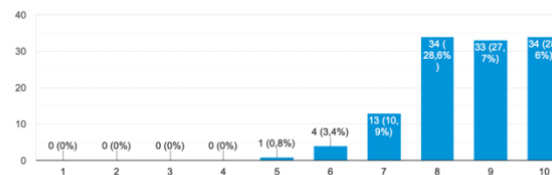
119 jawaban



Kemudahan konten lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbilibi untuk diakses kapan saja

Salin

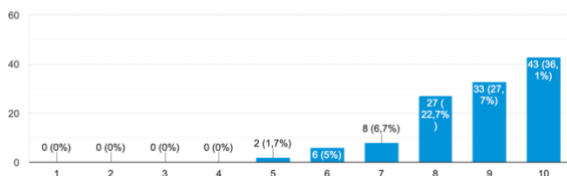
119 jawaban



Kemudahan konten lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbilibi untuk diakses di mana saja

Salin

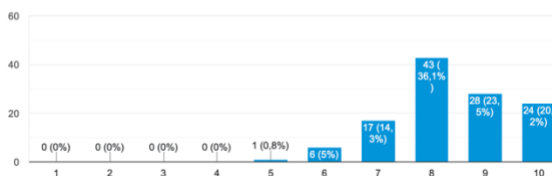
119 jawaban



Kepuasan akan temuan informasi terbaru mengenai lowongan pekerjaan di Bilibli pada akun Instagram @lifeatbilibi

Salin

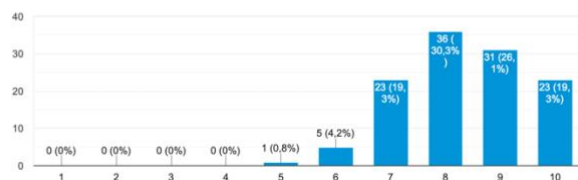
119 jawaban



Kepuasan akan temuan jenis pekerjaan baru pada konten lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbilibi

Salin

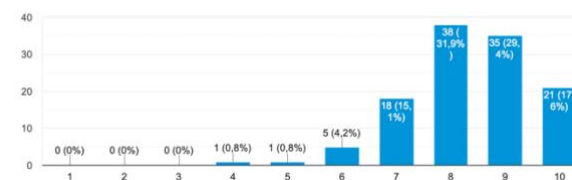
119 jawaban



Kepuasan akan temuan bahan pertimbangan untuk melamar pekerjaan di Bilibli pada akun Instagram @lifeatbilibi

Salin

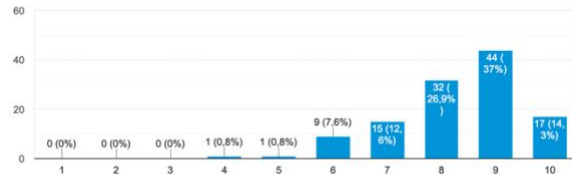
119 jawaban



Kepuasan akan temuan nilai penunjang yang sesuai dengan pribadi pada informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

[Salin](#)

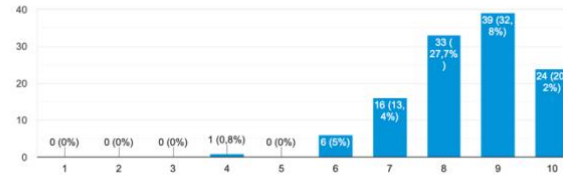
119 jawaban



Kepuasan akan temuan jenis pekerjaan yang sesuai dengan pribadi pada konten lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

[Salin](#)

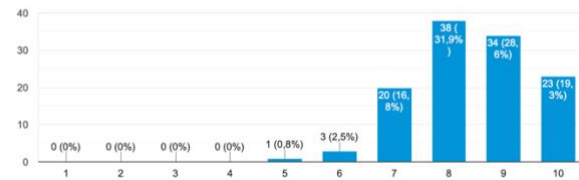
119 jawaban



Kepuasan akan temuan topik pembicaraan baru pada informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

[Salin](#)

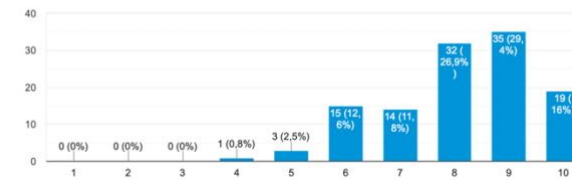
119 jawaban



Kepuasan untuk berinteraksi langsung dengan Bibli ataupun followers lain di akun Instagram @lifeatbibli

[Salin](#)

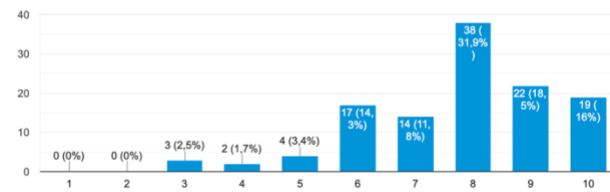
119 jawaban



Kepuasan dalam mendapatkan teman baru di akun Instagram @lifeatbibli

[Salin](#)

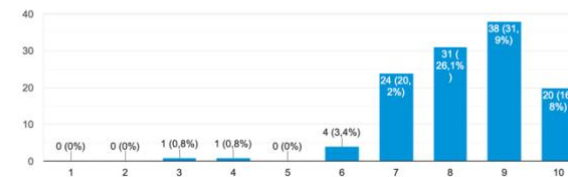
119 jawaban



Kepuasan dalam mengisi waktu luang dengan mengakses informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifeatbibli

[Salin](#)

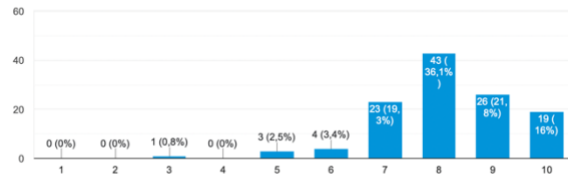
119 jawaban



Kepuasan hiburan dengan mengakses informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifatblibli

[Salin](#)

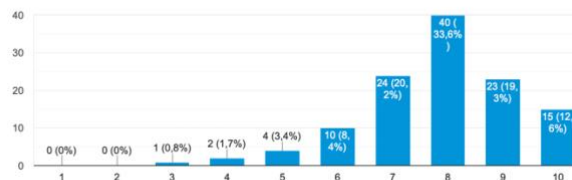
119 jawaban



Kepuasan dalam menghilangkan kepenatan dengan mengakses informasi lowongan pekerjaan di akun Instagram @lifatblibli

[Salin](#)

119 jawaban





## 2. Uji Reliabilitas

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	79.27	32.547	.514	.777
X2	79.43	31.426	.608	.764
X3	79.50	32.741	.392	.797
X4	78.73	36.754	.367	.793
X5	79.10	33.266	.504	.778
X6	79.10	33.197	.577	.770
X7	79.20	34.717	.446	.785
X8	78.70	35.045	.455	.784
X9	78.77	33.426	.641	.766
X10	78.70	36.148	.298	.801

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	11

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	84.33	96.920	.605	.922
Y2	84.40	96.179	.684	.919
Y3	84.20	96.648	.685	.919
Y4	84.30	97.459	.562	.923
Y5	84.07	95.995	.760	.916
Y6	84.20	95.752	.706	.918
Y7	84.57	86.944	.722	.918
Y8	85.40	78.593	.868	.911
Y9	84.57	95.426	.700	.918
Y10	84.47	90.326	.772	.914
Y11	85.17	88.351	.748	.915

## 3. Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.99112285
	Most Extreme Differences	Absolute
Positive		.037
Negative		-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

#### 4. Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Koefisien, dan Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

##### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TotalX <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: TotalY

b. All requested variables entered.

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 <sup>a</sup>	.503	.498	7.02670

a. Predictors: (Constant), TotalX

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4902.936	1	4902.936	99.301	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4838.704	98	49.375		
	Total	9741.640	99			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.132	7.552		2.004	.048
	TotalX	.893	.090	.709	9.965	.000

a. Dependent Variable: TotalY

#### 5. Uji Korelasi

##### Correlations

		TotalX	TotalY
TotalX	Pearson Correlation	1	.709 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
TotalY	Pearson Correlation	.709 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

<sup>\*\*</sup>. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).