

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Attributes related to the product* (X1) berpengaruh Positif terhadap *Store Loyalty* (Y) hipotesis pertama terdukung. Dapat disimpulkan bahwa *Attributes related to the product* (X1) memiliki pengaruh yang searah dengan *Store Loyalty* (Y). Semakin berkembang *Attributes related to the product* (X1) maka *Store Loyalty* (Y) semakin besar. Karena jika *Attributes related to the product* pada toko Hartono semakin berkembang maka para konsumen akan timbul rasa puas dan akan menjadi loyal pada toko Hartono sehingga *Store Loyalty* menjadi semakin besar.
2. *Attributes related to the service* (X2) berpengaruh Positif terhadap *Store Loyalty* (Y) hipotesis kedua terdukung. Dapat disimpulkan bahwa *Attributes related to the service* (X2) memiliki pengaruh yang searah dengan *Store Loyalty* (Y). Semakin bagus *Attributes related to the service* (X2) maka *Store Loyalty* (Y) semakin besar. Karena jika *Attributes related to the service* pada toko Hartono semakin bagus maka para konsumen akan terpuaskan dan akan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga membuat para konsumen ingin datang kembali untuk melakukan pembelian dan setia pada toko Hartono, ini membuat *Store Loyalty* menjadi semakin besar.
3. *Attributes related to the purchase* (X3) berpengaruh Positif terhadap *Store Loyalty* (Y) hipotesis ketiga terdukung. Dapat

disimpulkan bahwa *Attributes related to the purchase* (X3) memiliki pengaruh yang searah dengan *Store Loyalty* (Y). Semakin besar *Attributes related to the purchase* (X3) maka *Store Loyalty* (Y) semakin besar. Karena jika *Attributes related to the purchase* pada toko Hartono semakin besar maka itu akan selalu memuaskan para konsumen dan akan melakukan pembelian berulang-ulang atau niat membeli ulang dan setia atau loyal pada toko Hartono, itu membuat *Store Loyalty* menjadi semakin besar.

5.2. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah ada, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi toko Hartono Bukit Darmo hendaknya memperhatikan terhadap hal pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena dengan pelayanan yang memuaskan, baik, ramah, dan sopan akan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen, niat konsumen untuk melakukan pembelian, niat konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, dan setia atau loyal terhadap toko tersebut.
2. Disarankan bagi toko Hartono Bukit Darmo agar tetap meningkatkan kepuasan konsumen yang sudah terbentuk, karena kepuasan konsumen bisa memberikan banyak keuntungan bagi toko Hartono tersebut.
3. Disarankan bagi toko Hartono Bukit Darmo agar tetap menjaga konsumennya untuk tetap setia atau loyal terhadap toko Hartono, karena memperoleh atau mendapatkan konsumen yang setia atau loyal pada satu toko itu sangat sulit.

4. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti seperti *Attributes related to the store image* dan menguji besarnya hubungan langsung dan tidak langsung antara *Attributes related to the store image* terhadap *Store Loyalty*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anic, Ivan-Damir, and Radas, Sonja, 2006, *The Role of Satisfaction and Demographic Factors in Building Store Loyalty* (Hypermarket Case Study in Croatia).
- Cronin, J. Joseph Jr., and Steven, A. Taylor, 1992, *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*, *Journal of Marketing* vol.56, July 1992.
- Dutka, Alan, 1994, *AMA Hand Book for Customer Satisfaction*, NTC Business Book, Lincolnwood, Illinois.
- Ellitan, Lena, 1999, *Membangun Loyalitas Melalui Customer Satisfaction dan Customer Oriented*, Kompas.
- Fauzan, Noor M., dan Gunarsih, Tri, 2005, *Pengaruh Atribut Produk Dan Minat Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen*, Surakarta: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fathurrahman, Rifky, 2010, *Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Loyalitas dan Kepercayaan Konsumen*, Word Press.
- Griffin, Jill, 1995, *Customer Loyalty: How To Keep it*, New York: Lexington Books 1230 Avenue of Americas.
- Hair, Joseph, 1998, *Multivariate Analysis with Reading*, Prentice Hall, New York.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, Philip, and Armstrong Gary, 2001, *Principles of Marketing*, Prentice Hall Int, Inc., 9th Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kotler, P., (2005), *According to Kotler: The World's Foremost Authority on Marketing Answers Your Questions*, New York: AMACOM.
- Krisna, N. L., DR., 2007, *Teori-Teori Pemasaran: Loyalitas Pelanggan*.

- Manajemen Pemasaran, 2009, Kepuasan Konsumen; Pengertian, Jenis, dan Pengukuran, diakses 11 Maret, 2012, <http://www.jurnal-sdm.blogspot.com/2009/04/kepuasan-konsumen-pengertian-jenis-dan-pengukuran.html>.
- Oliver, Richard, L., 1999, *Whence Consumer Loyalty?*, *Journal of Marketing* vol.63.
- Simamora, 2002, *Metodologi Penelitian*, Edisi kedua, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Samuel, H., dan Foedjiawati, 2005, Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran *The Prime Steak & Ribs* Surabaya), *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1, Maret 2005:74-82.
- Samuel, Hatane, 2006, Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2006:53-64.
- Santoso, Singgih, 2009, *Store Image, Store Satisfaction Dan Store Loyalty Dalam Kegiatan Belanja Konsumen*, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Volume 8, Nomor 1, Maret 2009.
- Sudayat, I., Ridwan, SE., 2009, *Kepuasan Konsumen*, Word Press.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Total Quality Service*, Gramedia, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Zeithaml, Valerie, A. A., Parasuraman, and Leonard L., Berry, 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation*, The Free Press, New York.

Lampiran 1

KUESIONER

Kuesioner ini saya buat dalam rangka penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh *Attributes Consumer Satisfaction* Terhadap *Store Loyalty* Hartono Elektronik Bukit Darmo Surabaya”. Saya berharap Anda bersedia untuk mengisi kuesioner ini serta memberikan pernyataan yang sesuai dengan pendapat Anda. Atas perhatian dan kesediannya untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Kenny Haddy

PETUNJUK PENGISIAN:

Berilah tanda silang (X) pada setiap jawaban yang Anda pilih untuk karakteristik responden beserta pernyataannya. Untuk pernyataan silahkan beri jawaban sesuai dengan pendapat Anda.

Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda:
 - a. 21-30 tahun
 - c. 40-50 tahun
 - b. 30-40 tahun
 - d. Lebih dari 50 tahun
3. Apakah Anda sudah bekerja?
 - a. Ya
 - b. Tidak

4. Berapa pendapatan Anda tiap bulan?
 - a. Kurang dari Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
 - d. Lebih dari Rp 5.000.000
5. Produk apa saja yang biasanya Anda beli?
 - a. Televisi
 - b. Kulkas
 - c. Laptop
 - d. Kompor
 - e. Portable Player
6. Dengan siapa biasanya Anda pergi?
 - a. Orang tua
 - b. Keluarga
 - c. Pacar
 - d. Sahabat
7. Apakah Anda membeli produk elektronik dalam 3 bulan terakhir ini?
 - a. Ya
 - b. Tidak

NB: Apabila jawaban Anda untuk pertanyaan nomor 7 adalah tidak, maka Anda tidak perlu melanjutkan untuk mengisi kuesioner ini.

KETERANGAN:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

Atribut yang berhubungan dengan produk

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Toko Hartono memberikan harga sesuai dengan kualitas yang akan didapat oleh konsumen.					
2	Toko Hartono memiliki kualitas atau mutu produk yang bagus.					
3	Toko Hartono memberikan manfaat produk yang memuaskan sesuai dengan harga yang dibayar konsumen.					
4	Toko Hartono mempunyai berbagai macam jenis produk yang dijual.					
5	Toko Hartono memberikan berbagai jasa-jasa layanan yang memuaskan, seperti jasa antar ke rumah, perbaikan, dan pemasangan.					

Atribut yang berhubungan dengan layanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Toko Hartono memberikan garansi yang telah terjamin dan resmi.					
2	Toko Hartono memberikan kecepatan dan ketepatan dalam proses pengiriman.					

3	Toko Hartono menangani setiap keluhan-keluhan yang ada dengan sangat baik dan sigap.					
4	Toko Hartono memberikan solusi-solusi dengan sangat bagus dan memuaskan.					

Atribut yang berhubungan dengan pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Toko Hartono dalam pelayanan yang dilakukan karyawannya telah memberikan kesopanan, perhatian, dan keramahan yang baik, sehingga mendukung Anda dalam keputusan untuk melakukan pembelian.					
2	Toko Hartono dalam penyampaian informasi-informasi yang diberikan oleh karyawan mengenai suatu produk sudah menarik, lengkap, dan jelas, sehingga Anda tertarik untuk melakukan pembelian.					
3	Toko Hartono memberikan kemudahan dalam mendapatkan pengetahuan dan informasi tentang produk elektronik melalui brosur, koran, website, dll, membuat Anda					

	mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.					
4	Toko Hartono merupakan toko elektronik terbesar dan terfavorit, sehingga membuat Anda tidak ragu untuk melakukan pembelian.					
5	Toko Hartono selalu memberikan kepuasan dalam hal pelayanan kepada konsumen-konsumennya, sehingga membuat Anda ingin melakukan pembelian.					

Kesetiaan Toko

No	Pernyataan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Saya tidak lagi mengambil keputusan dalam jangka waktu yang panjang, saya akan selalu membeli di toko Hartono.					
2	Saya akan mendorong keluarga, teman, dan orang lain untuk berbelanja di toko Hartono.					
3	Saya berminat membeli ulang di toko Hartono di waktu yang akan datang.					
4	Saya tidak akan berpindah ke toko yang lain, saya akan selalu tetap membeli di toko Hartono.					

5	Saya selalu percaya terhadap toko Hartono dan akan berkomitmen.					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Data Primer

Resp.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
1	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2	3	4	4
2	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4
3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5
4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
5	4	3	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	5	2	2	1	2	3
6	2	1	1	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	5	2	2	3	3	5
7	3	2	3	4	3	3	4	3	5	3	4	4	3	5	4	3	3	4	5
8	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
9	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5
10	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	5
11	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
12	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
13	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3
14	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3	2	3
15	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5
16	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4
17	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	5	2	2	3	3	5
18	4	3	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	3	4	4	5
19	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4
20	5	3	4	4	3	3	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	5	3	5
21	4	4	4	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	5	4	3	2	3	5

22	1	1	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	5	3	4	2	3	5
23	4	3	4	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	5	2	3	2	3	4
24	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3	4
25	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
26	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
27	5	5	5	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	4	2	1	1	1	4
28	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	5
29	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3
30	2	1	2	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	5	3	4	2	3	4
31	4	3	4	2	4	4	3	3	2	2	3	2	3	5	3	2	2	3	4
32	5	5	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3	3	4	4
33	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
34	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	5	3	4	3	4	5
35	1	1	1	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
36	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	5	2	2	3	2	5
37	5	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	4	3	4	5
38	3	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
39	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
40	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
41	2	2	2	2	2	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3
42	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4
43	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
44	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	5	5	5	4
45	2	3	3	2	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5

46	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4
47	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
48	4	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5
49	4	5	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5
50	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5
51	4	3	5	4	1	5	2	5	3	5	4	5	5	4	4	3	3	3	5
52	3	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	3	3	5	4	5	4	3	5
53	4	4	5	5	3	4	2	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5
54	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
55	2	4	3	4	3	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
56	5	5	4	4	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	5	4
57	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	5	4
58	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5
59	2	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
60	3	4	3	5	4	3	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5
61	2	4	5	4	4	5	5	5	2	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4
62	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
63	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
64	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
65	1	3	3	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4
66	4	5	4	5	5	5	4	4	2	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5
67	2	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3	5	2	5	4	5	4
68	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
69	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5

70	4	2	3	2	5	3	5	2	4	2	5	4	4	5	5	3	4	5	5
71	3	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	5
72	3	3	5	3	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5
73	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5
74	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5
75	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5
76	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
77	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
78	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
79	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
80	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
81	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
82	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5
83	3	4	3	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5
84	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	3	5
85	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	3	5	4	4	5	5	4	4
86	2	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
87	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4
88	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
89	4	4	5	4	4	5	5	2	3	5	5	4	4	5	4	5	3	5	5
90	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	5	3	5	5
91	4	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	5
92	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3
93	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5

94	4	4	5	4	5	5	5	2	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
95	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
96	2	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
97	4	4	3	4	4	3	4	5	2	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4
98	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
99	4	3	3	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
100	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4
101	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
102	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
103	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4
104	5	2	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
105	5	5	4	2	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
106	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5
107	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
108	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
109	5	2	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
110	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
111	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
112	4	5	1	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
113	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
114	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
115	5	5	2	4	2	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
116	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
117	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5

118	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
119	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
120	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5

Lampiran 3. Analisis Deskriptif

Statistics

		X1	X2	X3	Y
N	Valid	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.8900	3.9979	4.2167	4.1733
Std. Deviation		.75185	.74719	.67492	.67758

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.78	3.83	3.73	3.98	4.13
Std. Deviation		1.078	1.048	1.019	1.041	.949

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.16	4.02	3.83	3.98
Std. Deviation		.907	1.029	1.024	.987

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
N	Valid	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.06	4.08	4.22	4.13	4.60
Std. Deviation		1.007	1.014	.891	.925	.614

Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
N	Valid	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.88	4.19	4.05	4.20	4.55
Std. Deviation		.958	1.023	1.020	.940	.606

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.473**	.544**	.287**	.331**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.473**	1	.533**	.420**	.342**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.544**	.533**	1	.382**	.304**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	.287**	.420**	.382**	1	.573**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X1.5	Pearson Correlation	.331**	.342**	.304**	.573**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120
X1Total	Pearson Correlation	.729**	.762**	.758**	.724**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.474**	.454**	.397**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.474**	1	.434**	.488**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.454**	.434**	1	.338**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.397**	.488**	.338**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
X2Total	Pearson Correlation	.753**	.798**	.741**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.580**	.539**	.569**	.052	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.575	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	.580**	1	.587**	.634**	.211*	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.021	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	.539**	.587**	1	.597**	.237**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.009	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	.569**	.634**	.597**	1	.258**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.000
	N	120	120	120	120	120	120
X3.5	Pearson Correlation	.052	.211*	.237**	.258**	1	.394**
	Sig. (2-tailed)	.575	.021	.009	.005		.000
	N	120	120	120	120	120	120
X3Total	Pearson Correlation	.780**	.841**	.808**	.839**	.394**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120

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

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	YTotal
Y1.1	Pearson Correlation	1	.496**	.488**	.457**	.221*	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.015	.000
	N	120	120	120	120	120	120
Y1.2	Pearson Correlation	.496**	1	.635**	.685**	.086	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.350	.000
	N	120	120	120	120	120	120
Y1.3	Pearson Correlation	.488**	.635**	1	.586**	.146	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.113	.000
	N	120	120	120	120	120	120
Y1.4	Pearson Correlation	.457**	.685**	.586**	1	.145	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.115	.000
	N	120	120	120	120	120	120
Y1.5	Pearson Correlation	.221*	.086	.146	.145	1	.351**
	Sig. (2-tailed)	.015	.350	.113	.115		.000
	N	120	120	120	120	120	120
YTotal	Pearson Correlation	.746**	.839**	.819**	.816**	.351**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15.67	9.384	.543	.748
X1.2	15.62	9.230	.597	.729
X1.3	15.72	9.364	.598	.729
X1.4	15.48	9.546	.545	.747
X1.5	15.33	10.154	.509	.758

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.83	5.669	.565	.685
X2.2	11.98	5.083	.602	.660
X2.3	12.16	5.445	.511	.713
X2.4	12.01	5.571	.512	.711

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17.03	7.100	.610	.760
X3.2	17.01	6.664	.706	.725
X3.3	16.87	7.327	.678	.738
X3.4	16.95	7.006	.720	.722
X3.5	16.48	10.134	.225	.848

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	120	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	16.99	7.555	.571	.744
Y1.2	16.68	6.709	.702	.696
Y1.3	16.82	6.857	.671	.708
Y1.4	16.67	7.165	.681	.706
Y1.5	16.32	10.403	.181	.835

Lampiran 5. Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.847	.843	.26884

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

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.251	3	15.417	213.306	.000 ^a
	Residual	8.384	116	.072		
	Total	54.635	119			

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

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.271	.162		1.672	.097		
X1	.099	.042	.110	2.346	.021	.599	1.670
X2	.360	.059	.397	6.094	.000	.311	3.212
X3	.492	.065	.490	7.583	.000	.316	3.161

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.961	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.019	14.461	.86	.18	.07	.00
	3	.015	16.007	.02	.82	.17	.07
	4	.005	27.868	.12	.00	.76	.93

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.3410	4.9402	4.1733	.62343	120
Residual	-.62406	.77285	.00000	.26543	120
Std. Predicted Value	-4.543	1.230	.000	1.000	120
Std. Residual	-2.321	2.875	.000	.987	120

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 6. Pengujian Asumsi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.905	3	5.635	1.428	.238 ^a
	Residual	457.694	116	3.946		
	Total	474.599	119			

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

b. Dependent Variable: LnE2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.983	1.197		-3.328	.001
	X1	.584	.313	.220	1.865	.065
	X2	-.548	.437	-.205	-1.254	.212
	X3	-.003	.480	.000	-.006	.996

a. Dependent Variable: LnE2