

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, A. W. (2019). Pengaruh Kualitas Situs Web, Nilai yang Dipersepsikan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada konsumen e-commerce Shopee.co.id di Kota Semarang). Universitas Diponegoro Semarang.
- DewiNur Setiyaningsih D. Koeshatono. (n.d.). Pengaruh Kepuasan dan kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan *Switching Cost* sebagai Variabel Intervening. Universitas Atma Jaya Yogyakarta Jalan Babarsari 43 - 44, Yogyakarta Abstrak.
- Fahmi, M., dan Prayogi, M. A. (2018). Peran kepercayaan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas website terhadap loyalitas pelanggan online shop.
- Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, A. F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan).
- Lestari, A., dan Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). 54(1), 74-81.
- Lynawati (2015). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PD BPR BKK Purwokerto Cabang HR Bunyamin. 4(3), 55-66.
- Meidita, Y., Suprpto, dan Rokhmawati, R. I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan

- Loyalitas Pelanggan Pada *E-Commerce* (Studi Kasus: Berrybenka). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(11), 5682–5690.
- Norhermaya, Y. A., dan Soesanto, H. (2016). Analisis kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Study Pada Online Store Lazada.CO.ID), 1–13.
- Nurafni, Arrafiqur Rahman, H. (2015). *Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada swalayan smart pasir pengaraian*. Fakultas Ekonomi Universitas Pasir pengaraian.
- Puri, A. W. (2018). Pengaruh *Perceived Organizational Support* Terhadap *Turnover Intention* Karyawan Melalui Employee Engagement UD. Aji Batara Perkasa Mandiri Di Sidoarjo
- Wicaksono, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang).
- Sugiyono (2014). Teknik pengumpulan data. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D
- Syaifullah. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT spectrium Lintas Sever di Kota Batam. 6(1).
- Yuniarta, F., S, I. B., Wulandari, G. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., Unej, U. J., & Kalimantan, J. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. VI(2000), 152– 158.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Matrik Penelitian

Masalah	Konsep	Variabel / Sub Variabel	Indikator	Hipotesis	Populasi/Sampel	pengumpulan data	Analisis Data
1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?	1. Kepercayaan (Menurut Siagian & Suharto, 2014), Suatu harapan konsumen terhadap penampilan produk yang bisa diper	1. Kepercayaan Konsumen (Variabel Independen X) 2. Loyalitas (Variabel Dependen Y)	1. Kepercayaan konsumen, Gafendalam Yee dan Faziharudean (2010) a. Integritas (<i>Integrity</i>) b. Kebaikan (<i>Benevolence</i>) c. Kompet	1. Adanya pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen 2. Ada	1. Populasi : Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya 2. Sampel : Teknik Sampling menggunakan <i>proportionate Stratified Random</i>	Kuesioner	Dianalisis dengan Analisis Jalur

<p>2. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas ?</p>	<p>caya atau diandalkan dalam memenuhi keinginan yang diharapkan oleh konsumen.</p>	<p>3. Kepuasan Konsumen (Variabel Intervening Z)</p>	<p>ensi (Competence) 2. Loyalitas. Tjiptono (2005)</p>	<p>pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas</p>	<p>Sampling. Cara pengambilan sampel n = _____ keterangan : N = besar populasi n = besar sampel d = tingkat kepercayaan atau ketepatan yang diinginkan (0,1)</p>
<p>3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas ?</p>	<p>2. Loyalitas (Sukmawati 2011:25), Dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang</p>	<p>dalam sangajidansopiah (2013) a. Pembelian ulang Minat untuk membeli kembali b. Merekenda sikan produk kepada orang lain c. Ketahanan terhadap</p>	<p>3. Ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas 4. Kepuasan</p>		
<p>4. Apakah</p>					

<p>hkepuasan konsumen</p> <p>bisamediasikepercayaan konsumen terhadap deploy alitas ?</p>	<p>ulangan untuk membangun kesediaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan</p> <p>nolehbadanusahat tertentu.</p> <p>3. Kepuasan konsumen (Umar, 2005:65) Tingkat perasaan seseorang</p>		<p>apdayatarikpesaing</p> <p>3. Kepuasan Konsumen. Priansa (2017:210) dalam Lailatul Fauziyah</p> <ol style="list-style-type: none"> Harapan Kinerja Perbandingan Pengalaman 	<p>onsu menb isame medi asike perca yaant erhad aploy alitas</p>	<p>n= _____</p> <p>n= 98,8 Proses pengambilan sampel dilakukan dengan teknik <i>propotional Stratified Random Sampling</i>. Sampel dikelompokkan dalam 5 strata dengan menggunakan rumus sampel</p> <p>_____ x</p> <p>total sampel</p> <p>Maka jumlah</p>		
---	--	--	--	--	---	--	--

	<p>gsetelah memban dingkana ntaraapa yang diaterima dan yang diharapk an.</p>				<p>mpel yang diambildari 5 fakultasberju mlah</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strata FKIP — x 99 = 5 - Strata F.Ekono mi — x 99 = 27 - Strata F. Teknik — x 99 = 15 - Strata F. 		
--	---	--	--	--	---	--	--

					<p>MIPA</p> <p>$\frac{x}{99} = 3$</p> <p>- Strata Kebidana n</p> <p>$\frac{x}{99} = 1$</p> <p>Dari 99 mahasiswa, semuanya akan dijadikanrespo nden</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

1. Nama :
2. Fakultas :
3. Jenis kelamin : Perempuan
 Laki-Laki
4. Pernah melakukan belanja online pada shopee lebih dari 2 kali : YA TIDAK

A. Pertunjuk Pengisian

1. Bacalah baik – baik setiap pertanyaan dan pilihlah alternative jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda (√).
2. Jika terjadi kesalahan pengisian, berikan tanda (x) pada jawaban yang salah tersebut.

Contoh:

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.			√			

Keterangan:

1. SS = Sangat Setuju (5)
2. S = Setuju (4)
3. KS = Kurang Setuju (3)
4. TS = Tidak Setuju (2)
5. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

1. Kepercayaan Konsumen

Pernyataan		Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Integritas (<i>Integrity</i>)						
1.	Shopee merupakan situs belanja <i>online</i> yang memiliki reputasi yang baik					
2.	Situs belanja online shopee selalu memberikan informasi karakteristik produk dengan jelas					
Kebaikan (<i>Benovolence</i>)						
3.	Shopee selalu tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap konsumennya					
4.	Saat saya belanja di shopee setiap tahapan selalu dimudahkan dengan respon penjual yang baik					
Kompetensi (<i>Competence</i>)						
5.	Saya merasa shopee adaah situs belanja online yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan belanja konsumen					
6.	Saya merasa kualitas berbelanja di dhopee sangat baik					

2. Loyalitas

Pernyataan		Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Pembelian Ulang						
1.	Saya melakukan pembelian produk secara berulang pada situs belanja online shopee					
2.	Saya sudah lebih dari 2 kali berbelanja di shopee dalam waktu 2 bulan terakhir ini					
Merekomendasikan Kepada Orang Lain						
3.	Saya akan merekomendasikan kepada teman ataupun saudara untuk berbelanja di situs belanja online shopee					
4.	Saya akan menyarankan teman ataupun saudara untuk memilih shopee sebagai tempat berbelanja online					
Ketahanan Terhadap Daya Tarik Pesaing						
5.	Saya lebih mendahulukan shopee dibandingkan situs belanja <i>online</i> lainnya untuk melakukan belanja <i>online</i>					
6.	Saya tidak mudah berpindah ke situs belanja <i>online</i> lainnya karena sudah mempercayai shopee untuk tempat					

belanja <i>online</i>					
-----------------------	--	--	--	--	--

3. Kepercayaan KOnsumen

Pernyataan		Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kinerja (<i>Performance</i>)						
1.	Situs belanja <i>online</i> shopee melakukan apa yang dijanjikan kepada konsumennya.					
2.	Situs belanja <i>online</i> shopee dapat melayani konsumen dengan baik					
Kendalan (<i>Reliability</i>)						
3.	Shopee merupakan situs belanja <i>online</i> yang dapat diandalkan untuk belanja <i>online</i>					
4.	Shopee selalu melakukan pengiriman barang dengan waktu yang akurat					
Kesesuaian (<i>Conformance</i>)						
5.	Produk yang dipesan di shopee selalu sesuai dengan harapan saya					
6.	Harga produk yang ditetapkan pada shopee sudah sesuai dengan kulaitas					

	produk					
Kualitas Yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)						
7.	Produk yang dijual dalam situs belanja <i>online</i> shopee selalu berkualitas					
8.	Saya semakin terbantu dengan adanya kolom testimonial yang dapat dibaca oleh calon pembeli					

Lampiran 3 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Nur Aeni
2. NIM : 161500123
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Pengajuan Skripsi : 02 Oktober 2019
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Shopee Dikalangan Mahasiswa UNIPA)
6. Dosen Pembimbing : Dra. Siti Istikhoro, M.Si.
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf	Uraian Kegiatan
1.	03-10-2019		Judul dan matrik
2.	08-10-2019		Revisi judul dan matrik
3.	17-10-2019		Revisi judul dan matrik
4.	25-10-2019		Acc judul
			Revisi matrik
5.	12-11-2019		Acc matrik
6.	26-11-2019		Revisi Bab 1,2,3
7.	09-12-2019		Revisi Bab 1,2,3
8.	19-12-2019		Acc Bab 1,2,3
9.	16-01-2020		Revisi kuisisioner
10.	22-01-2020		Acc kuisisioner
11.	20-04-2020		Revisi bab 4 dan 5
12.	05-05-2020		Acc bab 4 dan 5
13.	18-05-2020		Acc artikel

8. Tanggal Selesai Bimbingan Skripsi : 18 Mei 2020

Surabaya, 08 Juli 2020
Dosen Pembimbing,


Dra. Siti Istikhoro, M.Si
NIP : 19671019199203200

Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fec.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 2 bulan Januari tahun 2020 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap Tahun Akademik 2019 /2020

Nama Mahasiswa	: Nur Aeni
NIM	: 161500123
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Study pada pengguna jasa shopee dikalangan Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500217	St. Utari Yuli Ana	
2	161500111	Muzdalifah	
3	161600079	Lailina Piji Lestari	
4	161600086	IFA FAUZIATI	
5	161600108	MACH. NUR FAPID IBRAHIM	
6	161600154	Agustin Na Cahyani	
7	161600160	Devi Nurita Sari	
8	161600101	NOVITASARI LISTIANA PURNAMA PUTRI	
9	161600068	Yurida Sasmita	
10	161600209	Febri Yoandari	
11	161600015	Siti Nur Khamel Kheirah	
12	161600056	Lea Otavia	
13	161600168	Muh. Dawid Agustian	
14	161600111	Alfia Mulhommah Baskara	
15	161600200	Soffy Aprilia Supriyanti	

Surabaya,.....

Penguji : Dr. Fachrudiy As'AEI, MM

Pembimbing : Dr. Siti Istikhroh, M.Si.

Lampiran 5 :Surat Balasan Ijin Peneliti



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

Kampus : Jl. Dukuht Menanggal XII Surabaya Telp. 8281183

Website : <http://www.fe.unipgriadi.ac.id>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Nur Aeni
NIM : 161500123
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel *PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDY PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ADI BUANA SURABAYA)*, dengan hasil Similarity Index 4% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 03 Juni 2020
Ketua Program Studi Manajemen,



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM

Lampiran 6 : Surat Ijin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 200070 /01/FE/2020
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data


Kepada Yth:
Bapak/Ibu Rektor
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4
di -
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Nur Aeni
NIM : 161500123
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Study pada pengguna jasa shopee dikalangan mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya)

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 14 Januari 2020
D e k a n


Dra. Siti Istikhoro, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 7 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama : Nur Ani
 NIM / Program Studi : 061500123 , Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Study pada pengguna jasa shopee dit kalangan mahasiswa UWIPA)
 Tanggal Ujian Skripsi : 10 Juni 2020
 Penguji : 1. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M.,
2. Fauziyah, S.Si., M.Si

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	19-06-2020	Bab I - V	<i>fa</i>
2	23-06-2020	Bab VI	<i>fa</i>
3	01-07-2020	Bab VII (Model Sub Struktural)	<i>fa</i>
4	03-07-2020	Acc revisi Bab 1 - 5	<i>fa</i>
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M.

Surabaya, 15 Juli 2020
 Penguji II,

Fauziyah, S.Si., M.Si

Lampiran 8 : Lembar persetujuan ujian skripsi


LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji:

Tanggal

: 8 Juni 20

Dosen Pembimbing


Dra. Siti Istikhoroh, M.Si.
NIP: 196710119 199203 2001

Lampiran 9 : Output Pengolahan Data SPSS

Hasil Tabulasi

Responden	X	Y	Z
resp_1	23	24	32
resp_2	22	21	32
resp_3	24	21	32
resp_4	24	24	31
resp_5	24	22	30
resp_6	25	24	30
resp_7	22	22	32
resp_8	23	25	32
resp_9	25	24	28
resp_10	24	24	34
resp_11	25	24	32
resp_12	24	24	36
resp_13	24	24	36
resp_14	26	23	31
resp_15	26	23	32
resp_16	24	18	31
resp_17	23	26	29
resp_18	22	28	31
resp_19	26	17	32
resp_20	26	22	30
resp_21	22	27	30
resp_22	29	22	29
resp_23	25	24	38
resp_24	27	27	37
resp_25	28	18	33
resp_26	26	18	30

resp_27	27	23	33
resp_28	23	24	35
resp_29	30	22	35
resp_30	26	25	34
resp_31	28	30	33
resp_32	23	27	30
resp_33	24	23	34
resp_34	18	27	28
resp_35	22	24	28
resp_36	21	24	25
resp_37	22	23	32
resp_38	23	23	36
resp_39	23	26	32
resp_40	26	25	35
resp_41	21	24	30
resp_42	22	20	33
resp_43	28	23	27
resp_44	22	21	26
resp_45	23	24	32
resp_46	24	24	28
resp_47	24	23	29
resp_48	29	23	34
resp_49	22	19	26
resp_50	29	26	39
resp_51	19	17	22
resp_52	17	16	19
resp_53	26	19	32
resp_54	25	24	32
resp_55	24	20	32
resp_56	24	24	31
resp_57	30	30	40

resp_58	24	24	36
resp_59	25	24	28
resp_60	21	18	30
resp_61	29	30	40
resp_62	18	18	25
resp_63	21	30	18
resp_64	29	27	32
resp_65	28	20	32
resp_66	23	20	27
resp_67	24	23	34
resp_68	23	20	30
resp_69	25	24	32
resp_70	24	24	30
resp_71	25	23	31
resp_72	26	24	35
resp_73	29	28	39
resp_74	27	24	31
resp_75	22	26	34
resp_76	25	25	34
resp_77	25	22	27
resp_78	27	25	38
resp_79	29	25	38
resp_80	27	29	36
resp_81	28	25	33
resp_82	24	22	31
resp_83	24	21	32
resp_84	25	19	35
resp_85	24	19	32
resp_86	21	25	32
resp_87	25	21	29
resp_88	22	22	30

resp_89	21	20	30
resp_90	21	24	35
resp_91	24	25	34
resp_92	24	26	34
resp_93	25	26	36
resp_94	24	21	34
resp_95	21	24	31
resp_96	19	22	33
resp_97	23	27	36
resp_98	22	25	33
resp_99	21	24	28

Hasil Output Uji Validitas

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	TOT AL_X
X.1	Pearson Correlation	1	.313*	.317*	.254*	.276*	.276*	.603**
	Sig. (2- tailed)		.002	.001	.011	.006	.006	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X.2	Pearson Correlation	.313**	1	.289*	.353*	.242*	.226*	.609**
	Sig. (2- tailed)	.002		.004	.000	.016	.024	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99

X.3	Pearson Correlation	.317 **	.289 *	1	.384 *	.440 *	.334 *	.698 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.004		.000	.000	.001	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X.4	Pearson Correlation	.254 *	.353 *	.384 *	1	.377 *	.447 *	.696 **
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X.5	Pearson Correlation	.276 **	.242 *	.440 *	.377 *	1	.675 *	.729 **
	Sig. (2-tailed)	.006	.016	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X.6	Pearson Correlation	.276 **	.226 *	.334 *	.447 *	.675 *	1	.713 **
	Sig. (2-tailed)	.006	.024	.001	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
TOTA L_X	Pearson Correlation	.603 **	.609 *	.698 *	.696 *	.729 *	.713 *	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

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

Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	
	0	0	0	0	0	0	0	0	
N	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.525**	.326**	.429**	.424**	.442**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y.2	Pearson Correlation	.525**	1	.420**	.407**	.453**	.315**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.002	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y.3	Pearson Correlation	.326**	.420**	1	.585**	.298**	.303**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.003	.002	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y.4	Pearson Correlation	.429**	.407**	.585**	1	.510**	.481**	.787**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y.5	Pearson Correlation	.424**	.453**	.298**	.510**	1	.675**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y.6	Pearson Correlation	.442**	.315**	.303**	.481**	.675**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.704**	.692**	.671**	.787**	.771**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

Hasil Output Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	154.5455	214.291	.473	.850

X.2	154.8586	215.735	.378	.852
X.3	154.6465	212.700	.498	.849
X.4	154.4242	217.328	.311	.853
X.5	154.7172	212.287	.617	.848
X.6	154.7071	213.026	.583	.849
TOTAL_ X	134.4646	169.986	.656	.842
Y.1	154.6364	215.662	.431	.851
Y.2	154.6566	216.105	.417	.851
Y.3	154.8788	214.924	.422	.851
Y.4	154.9091	213.043	.496	.849
Y.5	154.8081	213.075	.533	.849
Y.6	154.8990	212.031	.506	.849
TOTAL_ Y	135.3535	170.966	.561	.853
Z.1	154.5859	211.653	.590	.848
Z.2	154.6667	211.837	.602	.848
Z.3	154.8687	210.258	.621	.847
Z.4	154.7475	211.987	.556	.848
Z.5	154.8485	212.824	.494	.849
Z.6	154.6768	210.650	.601	.847
Z.7	154.7172	212.287	.558	.848
Z.8	154.5960	213.978	.579	.849
TOTAL_ Z	126.8990	138.479	.775	.852

Hasil Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual	Unstanda rdized Residual	Unstandar dized Residual
N		99	99	99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	3.229008	2.784201	2.898876
		63	97	30
Most Extreme Differences	Absolute	.058	.081	.087
	Positive	.038	.081	.069
	Negative	-.058	-.070	-.087
Test Statistic		.058	.081	.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.112 ^c	.063 ^c

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

Hasil Output Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

TOTAL				
Levene Statistic	df1	df2	Sig.	
2.774	2	294	.064	

Hasil Output Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Square s	df	Mean Squar e	F	Sig.
TOTAL_Z	Between	(Combined)	599.69	12	49.97	4.95	.000
*	Groups		5		5	8	
TOTAL_X		Linearity	444.74	1	444.7	44.1	.000
			9		49	23	
		Deviation from Linearity	154.94	11	14.08	1.39	.189
			6		6	7	
	Within Groups		866.85	86	10.08		
			1		0		
	Total		1466.5	98			
			45				

ANOVA Table

			Sum of Square s	df	Mean Squar e	F	Sig.
TOTAL_Y	Between	(Combined)	389.14	14	27.796	2.16	.016
*	Groups		2			7	
TOTAL_Z		Linearity	206.25	1	206.25	16.0	.000
			5		5	81	

	Deviation from Linearity	182.88 8	13	14.068	1.09 7	.373
	Within Groups	1077.4 03	84	12.826		
	Total	1466.5 45	98			

ANOVA Table

			Sum of Squar es	df	Mean Squar e	F	Sig.
TOTAL_Y *	Between	(Combined)	209.54 1	12	17.46 2	2.22 7	.017
TOTAL_X	Groups	Linearity	60.459	1	60.45 9	7.70 9	.007
		Deviation from Linearity	149.08 2	11	13.55 3	1.72 8	.080
	Within Groups		674.45 9	86	7.843		
	Total		884.00 0	98			