

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
FAKULTAS PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI S2 ILMU MANAJEMEN**

---

**KUESIONER PENELITIAN**

**Kepada Yth:  
Bapak/Ibu/Sdr/i Responden  
Ditempat**

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Surasti Wijaya

NIM : 2429131079

Program Studi : Ilmu Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Pendidikan Ganesha

Memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Sdr/i untuk sekiranya dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, berkaitan dengan penyusunan tesis yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan magister program studi Ilmu Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.

Topik yang diangkat dalam penelitian ini yaitu **PERAN *BRAND IMAGE* MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**. Kesuksesan penelitian ini sangat bergantung dari pendapat Bapak/Ibu/Sdr/i. Oleh karena itu, mohon kesediannya untuk mengisi/menjawab kuesioner ini dengan jujur. Atas kerja sama yang baik dan kesungguhan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Singaraja, 30 Oktober 2025

Ayu Surasti Wijaya  
NIM. 2429131079

### KUESIONER PENELITIAN

1. **Identitas Responden** Nama ..... :
2. Jenis Kelamin : .....
3. Usia : .....
4. Pendidikan :  SD/SMP/SMA  Diploma  
 Sarjana  Megister (S2)
5. Pekerjaan :  Petani/Nelayan  PNS/TNI/Polri  
 BUMN/BUMD  Wirausaha  
 Tidak Bekerja
6. Pendapatan :  < Rp 2.500.000  Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000  
 > Rp 5.000.000

#### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 CS: : Cukup Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STSS : Sangat Tidak Setuju

#### **Kualitas Produk**

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Ciri ciri produk	Produk Dedari Studio memiliki ciri ciri unik sehingga saya memutuskan untuk membeli produknya.					
2	Kesesuaian dengan spesifikasi	Dedari Studio menawarkan produk yang sesuai dengan spesifikasi disaat informasi produk dipasarkan kepada konsumen.					

3	Ketahanan	Produk Dedari Studio memiliki daya tahan yang lama sehingga saya lebih memilih produk ini.					
4	Keandalan	Produk dari Dedari Studio memiliki nilai tinggi serta dapat diandalkan dari pada produk pesaing.					
5	Desain	Saya memilih produk Dedari Studio karena memiliki desain kreatif, inovatif dan alami.					

#### ***Electronic Word of Mouth***

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Intensitas	Saya sering membaca atau melihat ulasan konsumen lain mengenai produk Dedari Studio di media sosial atau platform online.					
2	Pendapat konsumen	Pendapat atau ulasan dari konsumen lain di internet memengaruhi pandangan saya terhadap produk Dedari Studio.					
3	Isi informasi	Informasi yang dibagikan konsumen lain tentang produk Dedari Studio di media online bersifat jelas dan bermanfaat bagi saya.					

#### ***Brand Image***

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Keunggulan merek	Produk Dedari Studio memiliki keunggulan dibandingkan dengan merek lain yang sejenis.					
2	Kekuatan merek	Saya percaya bahwa Dedari Studio adalah merek yang kuat dan mudah diingat.					
3	Keunikan merek	Produk Dedari Studio memiliki ciri khas yang membedakannya dari merek lain.					
4	Personalitas merek	Dedari Studio memiliki karakter atau kepribadian merek yang sesuai dengan gaya dan kepribadian saya.					
5	Identitas merek	Saya dapat dengan mudah mengenali produk Dedari Studio dari logo, desain, atau kemasannya.					

6	Asosiasi merek	Saya memiliki kesan positif setiap kali mendengar atau melihat merek Dedari Studio.					
---	----------------	---	--	--	--	--	--

#### Keputusan Pembelian

No	Indikator	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Preferensi produk	Saya memilih produk Dedari Studio karena sesuai dengan selera dan kebutuhan saya.					
2	Kebiasaan pra pembelian	Sebelum membeli produk Dedari Studio, saya mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk tersebut.					
3	Seberapa banyak yang diinginkan	Saya berencana membeli kembali produk Dedari Studio dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
4	Rekomendasi kepada orang lain	Saya bersedia merekomendasikan produk Dedari Studio kepada teman atau keluarga saya.					
5	Kualitas setelah harga	Saya merasa kualitas produk Dedari Studio sepadan dengan harga yang saya bayarkan.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

K P1	K P2	K P3	K P4	K P5	TOT AL	EWO M1	EWO M2	EWO M3	TOT AL	BI 1	BI 2	BI 3	BI 4	BI 5	BI 6	TOT AL	PP 1	PP 2	PP 3	PP 4	PP 5	TOT AL
3	3	3	2	2	13	4	4	4	12	4	3	5	3	3	5	23	3	4	5	3	3	18
3	4	3	3	3	16	4	4	4	12	5	5	3	4	5	4	26	4	3	3	3	4	17
3	3	3	4	3	16	5	5	5	15	5	4	3	4	4	4	24	3	4	4	3	5	19
2	3	2	2	2	11	5	5	5	15	4	4	5	5	5	5	28	3	3	4	4	5	19
3	3	3	3	2	14	4	4	4	12	3	5	5	5	4	5	27	3	3	4	4	5	19
4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	3	4	3	5	5	3	23	4	5	5	5	5	24
1	1	2	2	2	8	4	4	4	12	3	4	3	4	4	5	23	3	4	5	5	5	22
3	3	2	3	3	14	3	3	3	9	5	5	5	4	3	5	27	4	5	5	4	5	23
4	3	4	4	4	19	4	4	5	13	5	4	3	5	5	5	27	4	4	4	4	3	19
3	2	3	3	3	14	3	3	3	9	5	3	3	4	3	5	23	5	5	3	4	4	21
3	3	3	2	3	14	4	4	4	12	3	4	4	4	4	5	24	3	5	5	4	3	20
3	3	3	3	3	15	5	5	5	15	5	3	5	3	5	4	25	5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	3	19	4	4	4	12	5	5	5	3	5	5	28	4	4	3	4	5	20
3	3	2	3	3	14	4	4	4	12	4	5	4	5	4	5	27	3	4	5	4	3	19
3	2	3	3	3	14	4	5	4	13	3	5	5	5	5	3	26	5	4	5	4	5	23
2	3	3	3	3	14	4	4	4	12	3	5	4	5	4	3	24	5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20	4	5	4	13	4	5	4	4	4	4	25	3	5	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	4	3	5	3	4	5	24	4	5	4	5	4	22
3	4	3	4	3	17	5	5	5	15	4	5	5	3	5	5	27	5	3	3	5	5	21
2	3	3	3	3	14	4	3	3	10	4	4	5	4	5	3	25	5	5	4	3	3	20
3	3	3	4	4	17	4	4	5	13	5	5	5	4	5	4	28	3	5	5	5	5	23
4	4	4	4	3	19	4	4	4	12	3	5	4	5	5	4	26	3	3	3	4	4	17

2	2	3	3	2	12	4	4	4	12	4	4	3	5	3	5	24	4	3	4	5	5	21
3	3	4	3	4	17	5	5	5	15	4	3	4	4	4	5	24	4	5	4	5	5	23
2	2	2	2	2	10	5	5	5	15	4	4	4	5	3	5	25	4	4	4	4	5	21
2	3	2	3	2	12	4	4	4	12	5	4	4	5	4	4	26	4	5	5	3	4	21
3	4	3	4	3	17	5	5	5	15	3	5	5	4	4	4	25	4	3	4	4	5	20
3	2	2	3	3	13	4	4	4	12	4	5	4	5	5	4	27	5	5	4	4	5	23
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	4	3	5	4	4	3	23	3	3	5	4	4	19
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	3	4	5	4	3	5	24	4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15	3	4	4	11	5	4	5	4	3	5	26	5	3	3	3	3	17
2	1	2	3	2	10	3	3	3	9	3	4	4	5	5	5	26	5	5	4	5	4	23
2	2	1	2	2	9	3	4	4	11	3	3	4	3	5	5	23	4	5	3	5	3	20
2	3	3	3	2	13	4	4	5	13	5	4	4	3	3	4	23	4	4	3	4	3	18
4	4	3	3	4	18	5	5	5	15	5	5	3	3	3	5	24	3	4	4	3	3	17
3	3	3	3	3	15	4	5	4	13	5	4	5	3	5	5	27	4	5	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	4	4	4	5	3	5	25	4	4	5	3	4	20
3	3	3	3	4	16	5	5	5	15	3	5	3	5	5	4	25	3	5	4	5	5	22
3	3	3	2	2	13	5	5	5	15	5	4	5	4	5	4	27	4	4	4	3	3	18
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	4	5	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	20
3	2	3	3	3	14	3	3	4	10	3	5	5	4	3	5	25	3	4	3	4	4	18
2	2	2	2	2	10	4	4	4	12	4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	4	5	22
3	3	3	3	3	15	4	5	4	13	3	4	5	3	4	4	23	3	5	3	5	4	20
3	4	4	3	4	18	4	4	5	13	5	4	4	4	4	5	26	4	4	5	5	4	22
4	3	3	3	3	16	5	4	5	14	4	4	3	4	5	5	25	3	3	3	3	5	17
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	5	3	5	5	5	4	27	5	5	4	3	4	21
4	3	4	4	4	19	5	5	5	15	4	5	4	5	5	3	26	4	4	3	3	3	17

3	3	3	3	3	15	5	5	5	15	4	4	5	3	5	5	26	5	4	5	5	3	22
4	3	3	3	3	16	4	4	5	13	4	3	5	4	4	4	24	5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20	5	5	4	14	3	4	5	5	3	5	25	4	4	4	4	3	19
2	2	3	3	3	13	4	4	5	13	5	5	4	4	5	4	27	3	3	3	4	5	18
2	2	2	2	2	10	4	4	5	13	5	4	4	5	4	5	27	4	5	5	5	4	23
3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	5	3	5	5	4	4	26	4	4	3	3	5	19
2	2	2	2	2	10	3	3	3	9	5	4	4	3	5	4	25	5	4	5	5	5	24
3	3	3	2	3	14	4	4	3	11	4	5	3	3	3	5	23	4	3	3	4	5	19
4	3	3	4	3	17	4	4	4	12	5	4	4	5	4	4	26	3	5	3	4	4	19
3	4	4	3	3	17	5	5	5	15	3	5	5	3	3	3	22	4	4	3	4	5	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	3	5	5	4	4	3	24	4	4	4	3	4	19
4	4	3	4	3	18	5	5	5	15	3	4	4	5	3	5	24	4	5	4	3	4	20
4	4	4	3	4	19	4	5	4	13	4	5	3	4	3	5	24	4	5	3	5	4	21
3	3	2	3	3	14	3	4	4	11	4	4	5	4	3	5	25	4	3	5	3	5	20
4	3	4	3	3	17	4	4	4	12	4	5	5	5	5	4	28	5	4	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	5	5	3	4	5	3	25	4	3	4	3	5	19
2	2	2	2	2	10	4	4	4	12	4	4	4	4	4	3	23	3	5	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19	5	5	5	15	4	3	5	5	5	4	26	3	3	4	4	4	18
3	4	4	3	4	18	4	4	4	12	4	5	5	4	4	4	26	3	4	4	4	5	20
3	3	3	2	3	14	5	5	5	15	3	4	5	5	4	4	25	3	5	3	5	3	19
3	3	3	3	3	15	3	4	4	11	5	3	5	5	5	4	27	3	5	3	4	3	18
3	2	3	2	3	13	4	4	4	12	3	3	4	3	4	5	22	3	4	5	4	4	20
3	3	4	3	3	16	5	4	4	13	5	4	4	3	5	4	25	4	5	5	4	4	22
3	3	3	4	3	16	4	4	4	12	5	5	5	3	3	4	25	3	3	4	5	4	19
3	3	2	3	3	14	4	4	4	12	3	3	5	3	5	5	24	5	5	4	5	3	22

4	4	4	4	3	19	4	5	4	13	3	4	5	3	3	4	22	3	3	4	5	3	18
3	3	2	2	2	12	4	4	4	12	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	3	3	18
2	2	2	2	2	10	4	4	4	12	5	5	4	3	4	5	26	4	5	3	3	5	20
3	4	4	4	4	19	5	5	5	15	5	3	4	4	5	5	26	5	3	3	4	4	19
3	3	2	2	3	13	4	4	4	12	5	5	5	5	3	3	26	3	3	5	4	4	19
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	3	4	5	3	4	5	24	4	5	5	3	5	22
2	3	3	3	3	14	4	4	3	11	4	5	5	5	5	4	28	5	5	3	4	3	20
2	2	2	2	2	10	4	4	4	12	3	3	5	4	4	4	23	5	4	3	4	5	21
3	3	4	4	3	17	4	5	5	14	5	4	5	3	5	4	26	5	5	3	4	5	22
3	2	3	2	2	12	5	5	5	15	5	3	4	5	5	5	27	4	4	5	5	3	21
3	4	4	3	3	17	5	5	5	15	4	5	4	5	4	4	26	3	4	3	3	4	17
4	3	3	4	3	17	4	4	4	12	3	5	3	5	5	4	25	5	4	3	3	5	20
3	3	3	3	3	15	4	3	4	11	4	4	4	5	4	5	26	5	3	5	5	5	23
3	3	3	2	2	13	2	3	3	8	4	5	3	5	5	4	26	4	5	3	4	4	20
3	3	3	2	3	14	3	4	3	10	5	5	4	4	3	3	24	4	4	5	5	4	22
3	2	3	2	2	12	4	3	3	10	5	4	4	3	4	3	23	4	4	3	4	3	18
5	4	4	4	3	20	4	5	5	14	5	4	4	5	5	3	26	5	4	3	3	5	20
3	3	3	3	4	16	4	4	4	12	4	4	4	5	5	3	25	3	5	3	5	3	19
3	4	3	3	4	17	4	5	4	13	3	3	3	5	4	3	21	4	3	5	5	5	22
2	2	2	3	3	12	4	5	4	13	5	5	3	4	5	5	27	4	4	5	5	4	22
3	3	3	3	3	15	4	4	5	13	5	5	5	4	4	3	26	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	5	4	5	3	4	25	3	4	4	4	4	19
3	3	2	3	3	14	4	4	4	12	5	4	3	4	4	5	25	3	3	5	4	3	18
4	4	4	3	4	19	3	2	3	8	4	4	4	5	4	4	25	4	5	3	3	3	18
3	2	3	3	2	13	4	4	4	12	4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	3	21

2	2	2	2	2	10	4	4	4	12	4	5	4	4	3	3	23	4	4	5	3	3	19
3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	3	5	5	5	5	3	26	3	5	3	5	5	21
3	2	3	3	3	14	4	4	4	12	3	5	3	5	5	3	24	4	5	3	4	4	20

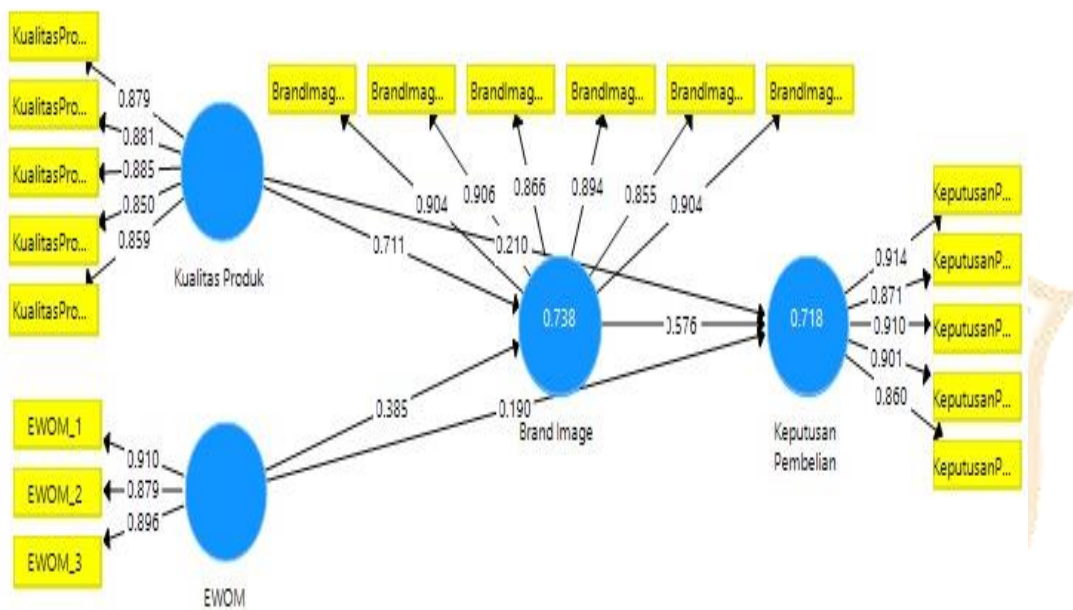


Lampiran 3 Data Penjualan Dedari Studio

Bulan	Pendapatan (Rp)	Pengeluaran (Rp)
Maret 2025	24.838.100	12.602.000
April 2025	84.066.000	65.795.500
Mei 2025	74.827.000	54.022.500
Juni 2025	106.696.000	93.758.000

Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Smart PLS dan SPSS

1. Uji Outer Model



2. Uji Validitas Diskriminan

Discriminant Validity

	Brand Image	EWOM	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk
Brand Image	0.888			
EWOM	0.495	0.895		
Keputusan Pembelian	0.832	0.507	0.892	
Kualitas Produk	0.770	0.154	0.683	0.871

### 3. Uji Reliabilitas

#### Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...			
Brand Image	0.946	0.948	0.957	0.789			
EWOM	0.877	0.888	0.924	0.802			
Keputusan Pembelian	0.935	0.938	0.951	0.795			
Kualitas Produk	0.920	0.921	0.940	0.759			

### 4. Uji R Square

#### R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	R Square	R Square Adjus...			
Brand Image	0.738	0.733			
Keputusan Pembelian	0.718	0.710			

### 5. Uji Q Square

#### Construct Crossvalidated Redundancy

Total	Case1	Case2	Case3	Case4	Case5	Case6	Case7
			SSO		SSE	Q <sup>2</sup> (= 1-SSE/SSO)	
Brand Image			600.000		257.239	0.571	
EWOM			300.000		300.000		
Keputusan Pembelian			500.000		219.202	0.562	
Kualitas Produk			500.000		500.000		

### 6. Uji Hipotesis Langsung

#### Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
		Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O/...	P Values
Brand Image -> Keputusan Pembelian		0.576	0.574	0.102	5.640	0.000
EWOM -> Brand Image		0.385	0.391	0.058	6.585	0.000
EWOM -> Keputusan Pembelian		0.190	0.188	0.068	2.800	0.005
Kualitas Produk -> Brand Image		0.711	0.708	0.048	14.712	0.000
Kualitas Produk -> Keputusan Pembelian		0.210	0.212	0.093	2.263	0.024

## 7. Uji Hipotesis Tidak Langsung

### Total Indirect Effects

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics ( O/...	P Values
Brand Image -> Keputusan Pembelian					
EWOM -> Brand Image					
EWOM -> Keputusan Pembelian	0.222	0.225	0.056	3.952	0.000
Kualitas Produk -> Brand Image					
Kualitas Produk -> Keputusan Pembelian	0.410	0.407	0.079	5.194	0.000

## 8. Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.314	.483**	.179	.284	.734**
	Sig. (2-tailed)		.092	.007	.345	.129	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.314	1	.059	.323	.255	.596**
	Sig. (2-tailed)	.092		.755	.081	.173	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.483**	.059	1	.007	.317	.589**
	Sig. (2-tailed)	.007	.755		.969	.088	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.179	.323	.007	1	.396*	.587**
	Sig. (2-tailed)	.345	.081	.969		.030	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.284	.255	.317	.396*	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.129	.173	.088	.030		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.734**	.596**	.589**	.587**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	5

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.113	.671**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.553	.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.113	1	.398*	.613**
	Sig. (2-tailed)	.553		.030	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.671**	.398*	1	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.030		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.797**	.613**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	3

### Correlations

		M1.1	M1.2	M1.3	M1.4	M1.5	M1.6	Total
M1.1	Pearson Correlation	1	.153	.139	.330	.043	.314	.497**
	Sig. (2-tailed)		.418	.465	.075	.821	.091	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
M1.2	Pearson Correlation	.153	1	.500**	.313	.354	.497**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.418		.005	.093	.055	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
M1.3	Pearson Correlation	.139	.500**	1	.123	.265	.140	.565**
	Sig. (2-tailed)	.465	.005		.517	.158	.459	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
M1.4	Pearson Correlation	.330	.313	.123	1	.236	.334	.627**
	Sig. (2-tailed)	.075	.093	.517		.209	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
M1.5	Pearson Correlation	.043	.354	.265	.236	1	.356	.605**
	Sig. (2-tailed)	.821	.055	.158	.209		.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
M1.6	Pearson Correlation	.314	.497**	.140	.334	.356	1	.709**
	Sig. (2-tailed)	.091	.005	.459	.071	.054		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.497**	.761**	.565**	.627**	.605**	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	6



### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.432*	.163	.353	.274	.650**
	Sig. (2-tailed)		.017	.391	.056	.142	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.432*	1	.190	.223	.464**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.017		.316	.235	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.163	.190	1	.286	.378*	.516**
	Sig. (2-tailed)	.391	.316		.125	.040	.004
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.353	.223	.286	1	.763**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.056	.235	.125		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.274	.464**	.378*	.763**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.142	.010	.040	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.650**	.687**	.516**	.770**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	5

Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan





