

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Karakteristik Responden

Pada proses penyebaran kuesioner secara online maupun offline, berhasil mendapatkan 249 orang responden, tetapi hanya 241 orang responden yang datanya memenuhi syarat untuk diteliti. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin paling banyak adalah perempuan dengan total persentase sebesar 56,8%. Pada kategori usia, responden dengan usia 21 – 25 tahun memiliki jumlah responden terbanyak dengan total persentase sebesar 56,9%.

Pada kategori pekerjaan, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta memiliki jumlah responden terbanyak dengan total persentase sebanyak 42,3%. Pada kategori lama penggunaan aplikasi, lebih dari sebagian jumlah responden telah menggunakan aplikasi lebih dari 12 bulan dengan total persentase sebesar 53,4%. Pada kategori rata-rata penggunaan aplikasi, sebanyak 33,7% responden rata-rata menggunakan aplikasi kurang dari 10 kali.

5.1.2 Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Credibility* terhadap Kepuasan

Perceived usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan (H1 diterima), artinya *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat-manfaat yang dirasakan pengguna aplikasi OVO seperti membantu menyelesaikan transaksi pembayaran yang lebih cepat, kemampuan melakukan transaksi dengan aplikasi dalam 24 jam/hari serta efektivitas transaksi pembayaran yang meningkat memberikan kepuasan kepada pengguna aplikasi OVO. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Amin *et al.* (2014) dimana *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan (H3 diterima), artinya *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan dari aplikasi OVO yang jelas dan mudah dimengerti serta mudah digunakan oleh penggunanya dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Amin *et al.* (2014) dimana *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Perceived credibility berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan (H5 diterima), artinya *perceived credibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengguna

aplikasi OVO percaya bahwa data pribadi dan data transaksi mereka pada aplikasi OVO terlindungi dengan baik dapat meningkatkan kepuasan penggunanya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reji Kumar & Sudharani Ravindran (2012) dimana *perceived credibility* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

5.1.3 *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Credibility, Social Influence dan Customer Awareness terhadap Niat Penggunaan Kembali.*

Perceived usefulness berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali (H2 diterima), artinya *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat-manfaat yang dirasakan pengguna aplikasi OVO seperti membantu menyelesaikan transaksi pembayaran yang lebih cepat, kemampuan melakukan transaksi dengan aplikasi dalam 24 jam/hari serta efektivitas transaksi pembayaran yang meningkat dapat meningkatkan niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arahita & Hatammimi (2015) dimana *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan kembali.

Perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali (H4 diterima), Artinya *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan dari

aplikasi OVO yang jelas dan mudah dimengerti serta mudah digunakan oleh penggunanya dapat meningkatkan niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arahita & Hatammimi (2015) dimana *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan kembali.

Perceived credibility berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali (H6 diterima), artinya *perceived credibility* berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pengguna aplikasi OVO percaya bahwa data pribadi dan data transaksi mereka pada aplikasi OVO terlindungi dengan baik dapat meningkatkan niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Koloseni & Mandari (2017) dimana *perceived credibility* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan kembali.

Social influence berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali (H7 diterima), artinya *social influence* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari orang-orang penting disekitar pengguna berpengaruh terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO.

Customer awareness berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali (H8 diterima), artinya *customer awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Hal ini menunjukkan bahwa

kesadaran konsumen akan produk dari aplikasi OVO berpengaruh terhadap niat penggunaan kembali aplikasi OVO.

5.2 Implikasi Manajerial

Perceived usefulness, perceived ease of use dan *perceived credibility* memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pengguna aplikasi *mobile payment* OVO. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah aplikasi yang dibuat harus dapat benar-benar membantu pekerjaan penggunanya dan juga aplikasi harus mudah digunakan. Selain itu penting juga memperhatikan soal keamanan yang diberikan oleh pihak pengembang aplikasi. Faktor ini perlu diperhatikan karena berisi informasi pribadi pengguna, terlebih berkaitan dengan proses transaksi keuangan seperti pada aplikasi OVO. Jadi pihak pengembang aplikasi OVO perlu memperhatikan ketiga faktor diatas untuk menjaga kepuasan penggunanya serta melakukan peningkatan pada manfaat yang diberikan oleh aplikasi, kemudahan dalam menggunakannya serta rasa percaya konsumen terhadap keamanan dari aplikasi OVO untuk dapat meningkatkan kepuasan penggunanya.

Perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility, social influence dan *customer awareness* juga berpengaruh terhadap niat penggunaan kembali dari aplikasi OVO. Kegunaan dari aplikasi OVO dalam membantu aktivitas penggunanya dibidang transaksi keuangan memiliki peran dalam menentukan niat penggunaan kembali aplikasi tersebut. Selain itu tampilan dan instruksi yang jelas dari aplikasi

OVO juga menjadi salah satu faktor penentu niat penggunaan kembali aplikasi OVO, sehingga penting bagi perusahaan pengembang untuk mempertahankan tampilan yang sederhana dan mudah sekaligus memberikan manfaat yang tepat pada konsumen. Sama halnya dengan kepuasan, niat penggunaan kembali juga dipengaruhi oleh *perceived credibility*. Pengguna aplikasi OVO akan menggunakan kembali aplikasi tersebut jika selama pemakaian aplikasi, data-data pengguna yang sangat sensitif terjaga dengan baik, sehingga menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan pengembang aplikasi agar pengguna semakin percaya dengan kredibilitas dari aplikasi OVO.

Keberadaan orang-orang yang memiliki pengaruh atau yang dianggap penting oleh pengguna aplikasi OVO disekitarnya juga memiliki pengaruh bagi niat penggunaan kembali aplikasi OVO. Faktor terakhir yang mempengaruhi niat penggunaan kembali aplikasi OVO adalah *customer awareness*. Dengan melihat temuan ini maka perusahaan pengembang aplikasi perlu memperhatikan hal-hal yang dapat meningkatkan kesadaran pengguna akan produk-produk yang dimiliki oleh aplikasi OVO untuk mempertahankan dan meningkatkan niat penggunaan kembali aplikasi OVO.

5.3 Kelemahan Penelitian dan Saran Penelitian

Penelitian ini memiliki kelemahan yang masih dapat dikembangkan lagi di masa depan yaitu variabel yang dipilih sebagai faktor penentu kepuasan dan niat penggunaan kembali aplikasi OVO belum terlalu baik dalam merepresentasikan keadaan di lokasi penelitian yaitu Indonesia. Variabel yang dipilih berdasarkan penelitian terdahulu juga belum terlalu spesifik untuk dapat mewakili keadaan sebenarnya yang terjadi di kalangan pengguna mobile payment di Indonesia.

Penelitian selanjutnya dapat lebih dalam mengkaji tentang faktor yang berpengaruh terhadap niat penggunaan kembali yang disesuaikan dengan keadaan lokasi penelitian khususnya Indonesia (dalam penelitian ini). Faktor-faktor lain yang mempengaruhi niat penggunaan kembali penting untuk diteliti karena berkaitan dengan hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan konsumen. Faktor-faktor seperti *discount* atau *cashback* yang relevan dengan situasi lokasi penelitian (Indonesia) yang diberikan oleh penyedia jasa yang belum sempat diteliti pada penelitian ini dapat dilakukan pada penelitian mendatang.

Daftar Pustaka

- Al-Ghazali, B. M., Rasli, A. M., Yusoff, R. M., & Mutahar, A. Y. (2015). Antecedents of continuous usage intention of mobile banking services from the perspective of Delone and Mclean model of information system success. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 13–21.
- Amin, H. (2009). An analysis of online banking usage intentions: An extension of the technology acceptance model. *International Journal of Business and Society*, 10(1), 27–40.
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258–274.
- APJII. (2018). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. In *APJII*. www.apjii.or.id
- Arahita, C. L., & Hatammimi, J. (2015). Factors Affecting the Intention to Reuse Mobile Banking Service. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 4(4), 15–23.
- Baabdullah, A. M. (2018). Factors Influencing Adoption of Mobile Social Network Games (M-SNGs): The Role of Awareness. *Information Systems Frontiers*, 1–17.
- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective. *Internet Research*, 28(2), 456–476.
- Chakraborty, S., & Mitra, D. (2018). A Study on Consumers Adoption Intention for Digital Wallets in India. *International Journal on Customer Relations*, 6(1), 38–57.
- Chen, X., & Li, S. (2017). Understanding continuance intention of mobile payment services: An empirical study. *Journal of Computer Information Systems*, 57(4), 287–298.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Dlodlo, N. (2014). The Use Of M-Payment Services In South Africa: A Value Based Perceptions Approach. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 14(1), 159.

- Eappen, N. J. (2019). Mobile Wallet Adoption in India: Impact of Trust and Information Sharing. *South Asian Journal of Management*, 26(1), 32–49.
- Erwanti, N., Widodo, A. P., & Nurhayati, O. D. (2018). *Determinants of Continuance Intention to Use On-demand Mobile Service : GO-JEK case*. 15(6), 9–16.
- Ghozali, H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Hong, S.-J., Thong, J. Y. L., Moon, J.-Y., & Tam, K.-Y. (2008). Understanding the behavior of .pdf. *Information Systems Frontiers*, 431–445.
- Joo, Y. J., Kim, N., & Kim, N. H. (2016). Factors predicting online university students' use of a mobile learning management system (m-LMS). *Educational Technology Research and Development*, 64(4), 611–630.
- Koloseni, D., & Mandari, H. (2017). Why Mobile Money Users Keep Increasing? Investigating the Continuance Usage of Mobile Money Services in Tanzania. *Journal of International Technology and Information Management*, 26(2), 117–143.
- Lin, J., Wang, B., Wang, N., & Lu, Y. (2014). Understanding the evolution of consumer trust in mobile commerce: A longitudinal study. *Information Technology and Management*, 15(1), 37–49.
- Mulyana, A., & Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 7(2), 63–69.
- PricewaterhouseCoopers. (2019). It's time for a consumer-centred metric: introducing 'return on experience.' In *Global Consumer Insights Survey*.
- Reji Kumar, G., & Sudharani Ravindran, D. (2012). An empirical study on service quality perceptions and continuance intention in mobile banking context in India. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 17(1), 1–23.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). International Standard Classification of Occupations (ISCO). In *Library of Congress Cataloging-in-Publication Data*.
- Shao, Z. (2018). Examining the impact mechanism of social psychological motivations on individuals' continuance intention of MOOCs: The moderating effect of gender. *Internet Research*, 28(1), 232–250.
- Singh, J., & Gupta, M. (2016). An Empirical Study of Customer Adoption of Mobile Wallet Payment Services: A Case Study of the City Kurali of Punjab: A

Monthly Peer Reviewed International Journal of Management & IT A Monthly Peer Reviewed International Journal of Management & IT. *Splint International Journal of Professionals*, 3(12), 88–95.

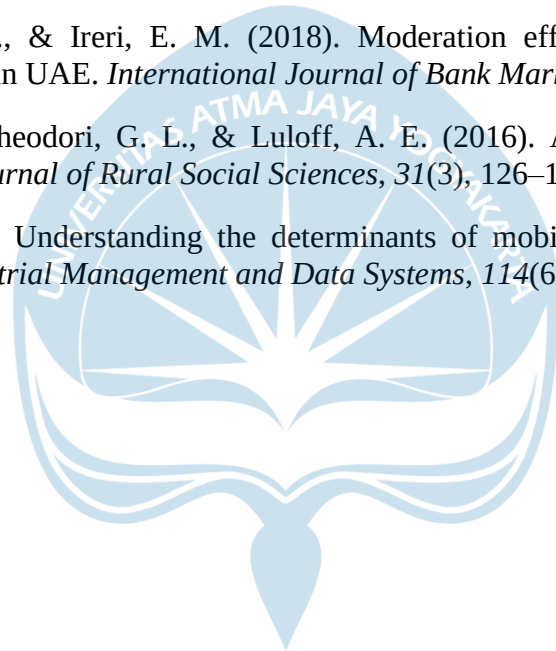
Sun, H., Fang, Y., & Zou, H. M. (2016). Choosing a fit technology: Understanding mindfulness in technology adoption and continuance. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(6), 377–412.

Sun, Y., Liu, L., Peng, X., Dong, Y., & Barnes, S. J. (2014). Understanding Chinese users' continuance intention toward online social networks: An integrative theoretical model. *Electronic Markets*, 24(1), 57–66.

Warsame, M. H., & Ileri, E. M. (2018). Moderation effect on Islamic banking preferences in UAE. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 41–67.

Willits, F. K., Theodori, G. L., & Luloff, A. E. (2016). Another Look At Likert Scales *. *Journal of Rural Social Sciences*, 31(3), 126–139.

Zhou, T. (2014). Understanding the determinants of mobile payment continuance usage. *Industrial Management and Data Systems*, 114(6), 936–948.





Lampiran 1 Kuesioner



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

KUESIONER PENELITIAN

**FAKTOR PENENTU NIAT PENGGUNAAN KEMBALI APLIKASI MOBILE
PAYMENT**



Oleh

Glenward Prasetyo Alomau

**Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Yang saya hormati calon responden ditempat,

saya sedang melakukan penelitian tesis tentang niat penggunaan kembali aplikasi *mobile payment* OVO, sehingga saya membutuhkan kesediaan anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai responden untuk mengisi kuesioner ini.

Semua informasi yang diberikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja.

Atas segala bantuan dan pasrtisipasi yang anda berikan saya ucapkan terima kasih.



Yogtakarta, 2019

Glenward Prasetyo Alomau

Glenward Prasetyo Alomau
E-mail : glenwardalomau@gmail.com

BAGIAN I

Berilah tanda cek (✓) pada jawaban yang dipilih.

Apakah anda pernah menggunakan Aplikasi OVO dalam 6 bulan terakhir? Jika tidak, maka tidak perlu melanjutkan mengisi kuesioner ini.

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

Jenis Kelamin

- ☐ Laki-laki
- ☐ Perempuan

Usia

- ☐ < 15 tahun
- ☐ 15 – 20 tahun
- ☐ 21 – 25 tahun
- ☐ 26 – 30 tahun
- ☐ > 30 tahun

Pekerjaan

- ☐ Pelajar / Mahasiswa
- ☐ Pegawai Negeri
- ☐ Pegawai Swasta
- ☐ Wirausaha
- ☐ Lainnya :

Penggunaan Aplikasi

Saya telah menggunakan Aplikasi OVO selama:

- ☐ < 1 bulan
- ☐ > 1 bulan
- ☐ > 3 bulan
- ☐ > 6 bulan
- ☐ > 12 bulan

Rata-rata Penggunaan Aplikasi

Dalam waktu 6 bulan terakhir, rata-rata perbulan saya menggunakan aplikasi OVO sebanyak:

- ☐ < 10 kali
- ☐ 10 – 20 kali
- ☐ 21 – 30 kali
- ☐ > 30 kali



BAGIAN II

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang dipilih berdasarkan pernyataan yang ada.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Perceived Usefulness

1. Saya dapat menyelesaikan transaksi pembayaran saya lebih cepat menggunakan Aplikasi OVO.
☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS
2. Saya dapat melakukan transaksi 24 jam/hari menggunakan Aplikasi OVO.
☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS
3. Menggunakan Aplikasi OVO meningkatkan efektivitas saya dalam melakukan transaksi pembayaran.
☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS
4. Menggunakan Aplikasi OVO meningkatkan kualitas transaksi pembayaran yang saya lakukan.
☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

B. Perceived Ease of Use

5. Saya dapat mempelajari cara menggunakan Aplikasi OVO dengan mudah.
☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS
6. Instruksi dan tampilan pada Aplikasi OVO dapat dimengerti dan jelas.
☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

7. Aplikasi OVO mudah digunakan.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

C. Perceived Credibility

8. Saya merasa data pribadi saya terlindungi di dalam Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

9. Saya merasa data transaksi saya pada Aplikasi OVO tidak dibagikan kepada siapapun.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

10. Kebijakan keamanan Aplikasi OVO memberikan saya perasaan aman untuk melakukan transaksi keuangan.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

D. Social Influence

11. Teman-teman saya berpikir bahwa Aplikasi OVO sangat bermanfaat untuk transaksi pembayaran.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

12. Teman-teman saya ingin menggunakan Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

13. Teman-teman saya berpikir bahwa menggunakan Aplikasi OVO adalah ide yang bagus.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

E. Customer Awareness

14. Aplikasi OVO telah cukup melakukan pemasaran terhadap produk dan layanan mereka.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

15. Saya telah mendengar banyak tentang Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

16. Saya tahu tentang produk dan layanan Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

F. Kepuasan

17. Saya sangat merekomendasikan Aplikasi OVO kepada orang lain.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

18. Saya pikir saya telah membuat keputusan yang tepat untuk menggunakan Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

19. Saya puas dengan layanan yang saya terima dari Aplikasi OVO

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

20. Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

G. Niat Penggunaan Kembali

21. Saya berniat terus menggunakan Aplikasi OVO.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

22. Saya berniat untuk menggunakan Aplikasi OVO dalam waktu dekat.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

23. Saya berniat untuk menggunakan Aplikasi OVO daripada layanan alternatif lainnya.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

24. Saya merasa Aplikasi OVO paling cocok untuk kebutuhan saya.

☐ SS ☐ S ☐ R ☐ TS ☐ STS

TERIMA KASIH



Keterangan :

Jenis Kelamin	Nilai
Laki-laki	1
Perempuan	2
Usia	Nilai
<15 tahun	1
15 – 20 tahun	2
21 – 25 tahun	3
26 – 30 tahun	4
> 30 tahun	5
Pekerjaan	Nilai
Pelajar/Mahasiswa	1
Pegawai Negeri	2
Pegawai Swasta	3
Wirausaha	4
Lainnya	5
Penggunaan Aplikasi	Nilai
< 1 bulan	1
> 1 bulan	2
> 3 bulan	3
> 6 bulan	4
> 12 bulan	5
Rata-rata Penggunaan Aplikasi	Nilai
< 10 kali	1
10 – 20 kali	2
21 – 30 kali	3
> 30 kali	4

Data Responden

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
2	4	5	1	1
2	3	3	5	2
2	3	1	5	2
1	3	3	2	1
2	4	3	3	2
2	3	3	1	1
1	3	1	3	1
1	3	3	5	2
1	3	1	5	4
1	4	1	1	1
1	4	3	5	1
2	3	5	1	1
2	3	1	5	3
2	3	1	5	4
2	2	1	2	2
2	3	1	4	2
2	3	5	1	1
1	4	1	5	1
2	5	3	5	2
2	3	5	5	2
2	3	3	5	3
2	5	2	5	2
1	2	1	2	1
2	3	1	5	3
1	3	2	5	1
1	2	1	1	1
2	2	1	1	1
2	2	1	5	4
2	3	1	5	2
2	2	1	5	4
2	2	1	3	2
1	3	1	3	1
2	3	1	4	2
1	4	1	5	4
2	3	1	5	1
2	4	3	5	4
1	4	1	4	3
1	4	3	4	1
2	4	4	5	1

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
1	2	1	2	2
1	3	1	5	3
2	3	3	1	1
2	3	4	4	1
1	3	1	4	4
2	3	3	5	1
2	3	1	5	2
2	2	1	4	4
2	3	1	4	3
1	5	4	5	3
2	4	5	4	2
1	3	4	4	3
2	3	3	5	2
2	2	1	4	4
1	4	3	5	4
2	3	1	5	3
1	5	4	4	2
2	4	3	5	2
2	3	1	3	1
2	4	4	5	2
2	3	1	4	1
2	3	1	5	4
1	4	4	4	4
2	4	3	5	3
2	5	4	4	4
2	3	1	4	3
2	5	5	4	4
2	3	1	5	1
2	3	4	4	4
1	3	3	2	2
1	3	3	4	2
1	3	3	3	1
1	1	1	2	2
1	3	2	5	4
2	3	3	5	2
1	3	3	5	4
2	3	3	5	4
2	3	3	5	4
2	3	3	5	2
2	3	3	5	4

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
2	3	3	4	2
2	3	3	5	4
2	4	4	5	4
2	3	1	4	2
2	3	3	5	2
2	3	3	5	2
2	3	1	5	4
2	3	1	5	4
2	3	3	4	4
2	3	3	5	2
1	5	3	5	1
1	3	1	5	2
1	2	1	5	2
1	3	1	4	3
1	3	3	5	2
2	3	3	5	4
1	3	3	5	2
2	2	1	5	1
2	2	1	4	2
2	3	3	4	4
1	2	1	3	2
1	3	3	3	2
2	3	4	5	2
2	4	3	3	2
1	4	1	3	4
1	4	3	5	4
1	4	3	5	4
1	3	3	4	1
1	3	1	5	2
2	3	3	5	3
2	4	1	3	1
1	4	3	2	1
2	3	3	5	3
2	4	2	4	1
1	4	1	2	2
1	3	3	5	4
2	5	3	5	4
2	3	3	2	2
1	3	3	2	1
2	3	1	2	2

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
2	4	3	5	4
2	2	1	2	1
1	3	3	1	1
2	3	4	5	1
2	5	5	5	4
2	4	3	4	1
2	3	3	5	1
1	3	1	5	2
2	2	3	5	1
2	4	3	4	1
1	3	3	5	1
1	3	1	5	1
1	3	3	5	2
1	4	3	5	1
2	4	5	5	4
2	4	3	5	1
2	4	3	4	1
2	4	3	5	2
1	4	3	5	1
2	5	3	4	1
1	4	3	3	2
2	4	3	5	4
1	3	3	5	3
1	4	3	5	4
2	5	3	2	2
2	5	3	5	3
1	4	1	5	4
1	3	3	5	4
1	3	3	5	4
1	3	1	4	2
2	3	3	5	4
2	4	5	5	2
1	3	3	5	1
1	3	3	5	2
2	3	4	5	2
1	3	3	5	3
2	2	1	5	3
1	3	3	5	4
1	3	3	5	4
2	3	5	5	2

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
2	4	3	4	4
1	3	3	5	4
1	3	3	4	4
2	3	2	5	2
2	3	2	4	4
1	5	2	5	2
2	4	3	5	2
2	3	5	5	2
1	3	3	5	4
2	3	3	5	4
1	3	3	5	3
2	3	3	5	4
2	3	3	4	1
2	3	3	5	3
1	3	1	5	3
2	4	3	5	4
2	3	3	4	4
1	4	2	5	1
1	3	3	5	1
1	3	3	5	4
2	3	3	5	3
1	3	4	5	2
2	3	3	4	2
1	3	3	4	2
2	5	2	2	1
2	5	2	5	1
2	4	3	5	1
2	4	5	5	2
1	4	3	4	2
2	4	5	4	2
2	4	2	5	1
1	3	1	3	2
2	3	1	5	4
1	3	1	4	1
2	3	1	4	2
1	3	1	2	1
2	3	1	5	1
1	3	1	5	1
1	5	4	5	2
1	3	1	3	2

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
2	2	1	4	1
1	3	1	2	1
1	2	1	5	4
1	3	1	3	2
2	3	3	4	1
2	3	1	3	2
1	3	1	3	1
2	4	3	3	2
2	3	1	4	1
1	2	1	3	1
1	4	3	3	1
2	3	1	2	1
1	2	1	2	1
1	3	1	4	2
2	3	1	5	3
1	3	1	5	2
2	3	1	4	4
2	3	1	5	1
2	4	5	5	1
2	4	5	3	1
1	4	1	5	4
2	3	3	5	1
2	5	1	2	1
1	3	1	5	4
1	2	1	4	1
2	4	4	4	3
2	3	5	4	2
1	3	1	5	2
1	3	3	3	2
1	2	1	5	4
1	2	1	5	2
1	4	1	2	1
1	4	4	2	1
1	1	1	4	1
1	4	3	3	1
1	3	1	4	2
2	2	1	4	1
2	2	4	3	1
2	5	5	1	1
2	3	3	3	1

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Penggunaan	Rata-rata penggunaan
1	2	1	3	1
2	3	1	4	2

Jawaban Pertanyaan

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	3
5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5
4	3	4	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
5	5	5	5	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	5	4
4	3	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	4	4	4
4	4	4	3	5	4	4
4	4	4	3	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	3	5	5	5
5	4	4	3	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
5	5	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5
4	3	4	4	5	5	5
4	3	5	4	5	4	5
5	4	4	3	5	5	5
4	3	5	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	3	5	4	4
4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4	5
3	4	4	4	3	3	4
5	5	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4
4	2	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	5	4	4	4
3	3	3	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4
5	1	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
4	4	3	3	4	3	3
4	4	5	4	4	2	4
5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4
5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4
4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	3	4	4	5
5	4	5	2	5	5	5

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
4	5	4	4	5	4	5
4	3	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	3	4	3
5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4
3	4	2	2	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	5	3	4
5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5
4	5	4	3	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5

PU1	PU2	PU3	PU4	PEU1	PEU2	PEU3
4	4	4	4	3	4	3
5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	5	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	5	4	4	4	4	4
2	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5
3	3	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	3	3	3	4	5	5
3	3	3	4	2	4	3	2	2
3	3	3	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	3

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	3	4	3	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5
3	3	3	4	4	4	3	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	3	3	3	4	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	5	5	4	4	5	4
4	3	4	3	3	3	4	5	5
3	3	3	4	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	2	4	4
3	3	4	4	3	3	3	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4	3	4	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
3	3	3	4	5	3	4	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4	4	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	5	4	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	3	4	5
3	3	3	5	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	3	3	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	3	3	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	4	3	3	3	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
4	4	4	4	4	5	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	3	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	3	4
5	4	4	4	5	5	5	4	5
4	4	4	3	3	3	3	4	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	3	4	4	4
3	2	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5
5	3	5	4	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
4	3	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	3	5	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	3	4
2	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	3
5	5	4	5	5	4	4	4	5
3	3	3	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	3	4	3
3	3	3	4	4	3	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	3	4	5	5
4	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	5
3	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	3	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	2	4	4
3	3	4	4	4	3	5	4	5
3	3	3	5	4	4	4	4	3
3	3	4	4	3	3	3	4	4
3	3	4	5	4	5	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4
3	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	4	1	4	5	4	4	4
4	4	4	2	2	2	4	4	4
2	2	4	3	3	2	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	3
3	4	4	2	4	4	4	3	4
4	4	4	3	3	4	3	3	3
3	3	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	5	4	5	5	5	5	5	5
3	3	4	5	2	4	4	5	4
4	3	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	4

PC1	PC2	PC3	SI1	SI2	SI3	CA1	CA2	CA3
5	5	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	5	5	5
3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	4	4	4	3	5	4

KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3	2	2
3	3	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	3	3	3	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
2	3	3	3	2	2	2	1
4	4	4	4	4	2	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4

KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	2	5
4	3	4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4
3	4	2	3	4	4	2	2
4	3	5	5	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	2
4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	3	3	3	4
5	5	4	5	4	5	2	4
4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4
5	5	4	5	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3
5	4	4	4	4	5	2	3
4	4	5	5	5	4	3	4

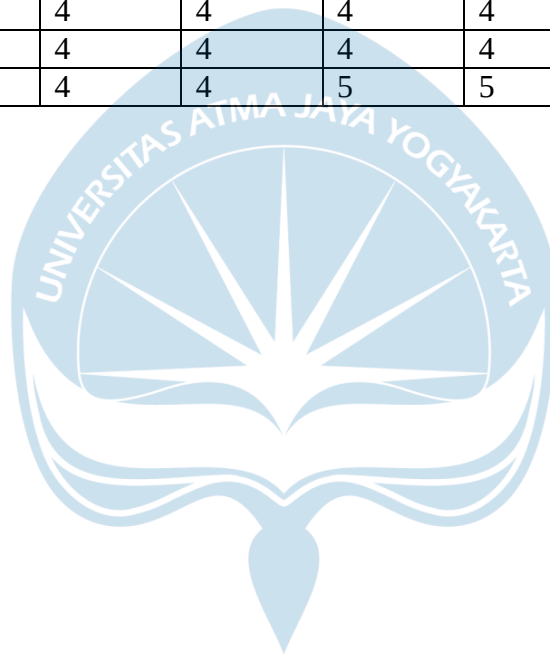
KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5	2	2
4	4	5	4	4	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	1
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	4	4	2	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5

KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
3	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	4	4	4	3	4	3	3
5	5	5	4	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	5	4	5	4	3	3
3	4	4	4	3	3	2	2

KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
3	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4

KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
3	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4	2	3
4	4	4	4	5	5	5	2
4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	2	4	4	4	4	3
4	3	4	3	4	4	2	2
5	5	4	4	4	5	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	2	2	2
2	3	2	2	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	2	2
3	3	3	3	4	4	4	3
5	5	4	4	4	5	3	4
4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	3	4
3	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5

KP1	KP2	KP3	KP4	NPK1	NPK2	NPK3	NPK4
5	4	5	5	5	5	2	3
4	5	4	4	4	4	3	4
3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5



The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue emblem. It features a stylized open book at the base, with a sunburst or starburst design rising from the center of the book. The entire emblem is enclosed within a semi-circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a light blue, sans-serif font along the top curve of the border.

Lampiran 3 Hasil Olah Data Dengan SmartPLS

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extra
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
CA	0.892	0.910	0.933	0.823
KP	0.949	0.951	0.963	0.868
NPK	0.924	0.935	0.945	0.813
PC	0.910	0.940	0.942	0.845
PEU	0.878	0.923	0.923	0.802
PU	0.864	0.872	0.907	0.709
SI	0.859	0.957	0.910	0.772

Koefisien Jalur

Matrix	Path Coefficients		Copy to Clipboard:					Excel Format
	CA	KP	NPK	PC	PEU	PU	SI	
CA			0.491					
KP								
NPK								
PC		0.427	0.068					
PEU		0.352	0.207					
PU		0.339	0.012					
SI			0.265					

Validitas Diskriminan

	Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heterotrait-Monotrait R...	Copy to Clipboard:	Excel Format	
	CA	KP	NPK	PC	PEU	PU	SI
CA1	0.842	0.710	0.633	0.534	0.352	0.614	0.590
CA2	0.937	0.861	0.819	0.485	0.646	0.702	0.629
CA3	0.939	0.843	0.788	0.698	0.452	0.584	0.585
KP1	0.866	0.920	0.860	0.606	0.599	0.550	0.603
KP2	0.811	0.936	0.783	0.551	0.587	0.614	0.628
KP3	0.776	0.913	0.805	0.579	0.637	0.675	0.531
KP4	0.869	0.957	0.823	0.622	0.561	0.723	0.604
NPK1	0.721	0.784	0.912	0.403	0.614	0.652	0.554
NPK2	0.594	0.732	0.884	0.453	0.530	0.430	0.421
NPK3	0.880	0.853	0.892	0.478	0.538	0.612	0.728
NPK4	0.749	0.776	0.918	0.520	0.338	0.530	0.654
PC1	0.559	0.546	0.425	0.920	0.227	0.244	0.321
PC2	0.491	0.492	0.342	0.944	0.176	0.238	0.134
PC3	0.648	0.665	0.594	0.893	0.232	0.469	0.378
PEU1	0.333	0.425	0.337	0.205	0.819	0.459	0.138
PEU2	0.517	0.621	0.619	0.149	0.942	0.485	0.267
PEU3	0.568	0.635	0.501	0.286	0.920	0.547	0.228
PU1	0.543	0.544	0.591	0.324	0.570	0.848	0.306
PU2	0.603	0.553	0.478	0.319	0.267	0.844	0.376
PU3	0.540	0.533	0.402	0.298	0.519	0.840	0.428
PU4	0.650	0.671	0.601	0.289	0.500	0.837	0.546
SI1	0.536	0.503	0.420	0.103	0.162	0.499	0.832
SI2	0.741	0.686	0.758	0.444	0.291	0.473	0.916
SI3	0.384	0.417	0.480	0.189	0.150	0.337	0.887

R Square

	Matrix	R Square	R Square Adjusted
		R Square	R Square Ad...
KP		0.729	0.698
NPK		0.743	0.689

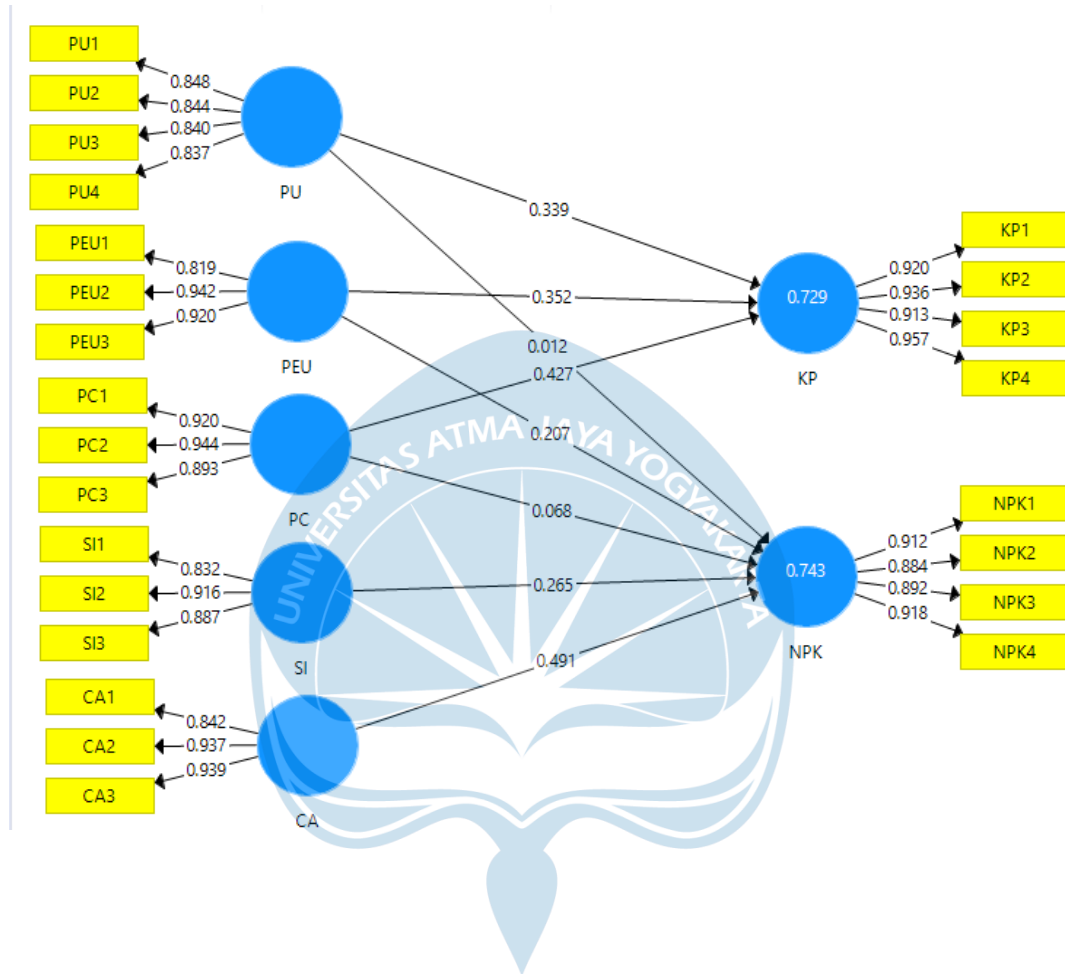
Redundansi Validasi-silang Konstruk

Total	Case1	Case2	Case3	Case4	Case5
	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)		
CA	723.000	723.000			
KP	964.000	615.164	0.362		
NPK_	964.000	663.423	0.312		
PC	723.000	723.000			
PEU	723.000	723.000			
PU	964.000	964.000			
SI_	723.000	723.000			

Koefisien Jalur

	Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Co...	Sample	
	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
CA -> NPK_	0.215	0.211	0.073	2.938	0.003
PC -> KP	0.182	0.183	0.053	3.428	0.001
PC -> NPK_	0.176	0.173	0.060	2.915	0.004
PEU -> KP	0.304	0.302	0.056	5.411	0.000
PEU -> NPK_	0.140	0.141	0.060	2.342	0.020
PU -> KP	0.407	0.411	0.061	6.708	0.000
PU -> NPK_	0.205	0.209	0.067	3.066	0.002
SI_ -> NPK_	0.210	0.213	0.059	3.530	0.000

Model Struktural Hasil PLS Algorithm



Model Struktural Hasil Bootstrapping

