

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian produk di Tiga Roepa ” yang dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis secara simultan atau uji F. Karena  $p\text{-value} = 0,000 < \alpha = 0,05$ .  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara simultan variabel media sosial, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Tiga Roepa diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis secara parsial atau uji t dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 didapat nilai pada variabel media sosial 0,537, variabel harga 0.103 dan variabel kualitas pelayanan 0.000. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{o2}$  ditolak, yang berarti bahwa pengujian terhadap hipotesis menyatakan adanya pengaruh dominan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima. sedangkan untuk variabel media sosial dan harga tidak terdapat pengaruh signifikan. Hal itu ditandai  $p\text{-value}$  media sosial dan harga  $> \alpha = 0,05$ .
3. Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi, menunjukkan nilai

Adjusted R Square sebesar 0,304 atau 30,4% yang berarti bahwa variabel dependen yaitu keputusan pembelian dipengaruhi oleh ketiga variabel independen yaitu media sosial, harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor tersebut diduga berupa lokasi dan kualitas produk.

## **B. Saran atau Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh maka diajukan saran pada beberapa hal sebagai berikut :

### **1. Bagi Penelitian Berikutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. Selanjutnya, agar diperoleh hasil yang lebih baik dan dapat mendukung teori manajemen pemasaran, maka disarankan untuk agenda penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti lokasi, kualitas produk, dan lainnya.

### **2. Bagi Manajemen Tiga Roepa**

a. Untuk manajemen Tiga Roepa agar lebih aktif dalam pengelolaan media sosialnya. Karena interaksi sebelum dan sesudah pembelian sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

- b. Untuk dari segi harga agar tetap memberikan harga terbaik yang diikuti dengan kesesuaian manfaat, kualitas, kemampuan dan kebutuhan konsumen. Karena harga sangat berpengaruh terhadap keputusan.
- c. Dari segi kualitas pelayanan terbaik yang sudah diberikan harus tetap dipertahankan, ditingkatkan dan dijaga untuk menjaga kepercayaan customer Tiga Roepa. Mengingat kualitas pelayanan di Tiga Roepa terbilang cukup memuaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Balakrishnan, B., Dahnil, M., dan Yi, Wong. 2014. *The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y*. Social and Behavior Science.
- Basu, Swastha. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Henderi. (2007). *Analysis and Design System with Unified Modeling Language*. Tangerang: STMIK Raharja.
- Ir. Agustina, S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Penerbit Salemba Empat.
- Murdick et al, 2001. *Service Operation management*, A Division of Simon & Schiser, Inc, Massachuset.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi
- Offset, Yoga Riyanto, S & Hatmawan, A.A., 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* : Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso. 2018. *Statistika Hospitalitas*. CV. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Nanang Tasunar (2006), *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62.

**Jurnal :**

Ekasari, Novita. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap .

Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora, Vol. 16, No. 2, Hal: 81-102.

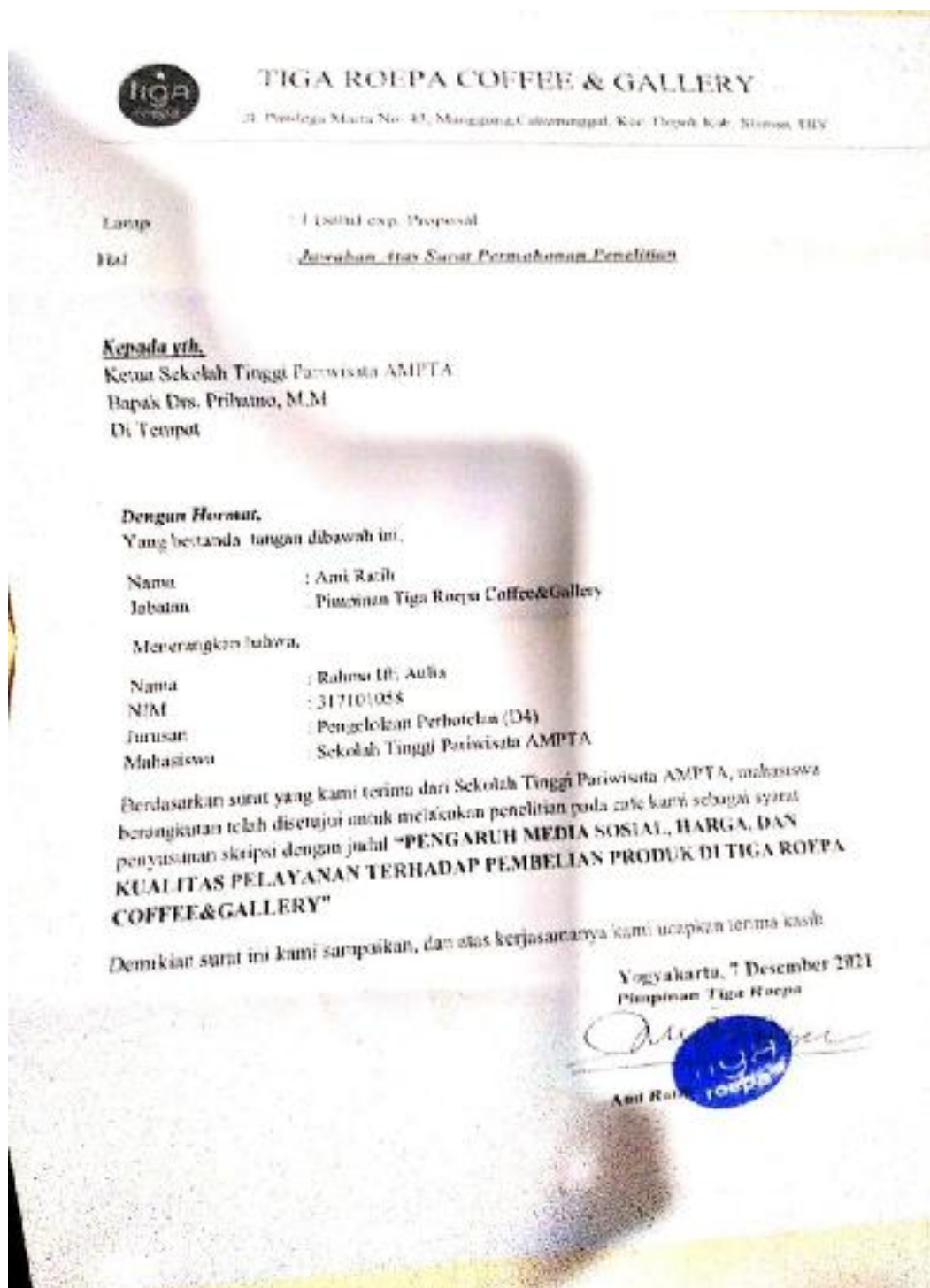
Zeithaml, Valarie., et al. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. Journal of Marketing. Vol. 60 (April 1996), h. 31-46.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

	<p style="text-align: center;"><b>YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA</b> <b>SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA</b> <b>YOGYAKARTA</b></p> <p style="text-align: center;">Jl. Laksepa Adikuspto Km.8 (Tanjul, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281 Telp / fax : (0274) 485115 - 488114 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@schoo.co.id</p>
Nomor : 317/Q.AMPTA/XII/2021	Yogyakarta, 02 Desember 2021
Hal : Permohonan Penelitian	
<p><b>Kepada Yth</b> Ibu Ami Ratih Owner Tiga Roepa Jl. Pandega Maria No. 43, Manggung, Caturtunggal, Kec. Depok Kabupaten Sleman DIY</p>	
<p>Dengan Hormat,</p> <p>Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Tiga Roepa Coffee &amp; Gallery Kabupaten Sleman selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 22 November 2021 sampai dengan tanggal 22 Desember 2021, bagi mahasiswa kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan.</p>	
<p>Nama Mahasiswa : Rahma Ihti Aulia No Mahasiswa : 317101058 Semester : IX (Sembilan).</p>	
<p>Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : <b>"PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI TIGA ROEPA COFFEE &amp; GALLERY "</b>. Proposal Penelitian akan dilampirkan oleh mahasiswa yang bersangkutan.</p> <p>Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.</p>	
	<p>Hormat kami KEMAS</p>   Drs. Pithana, M.M.
Tembusan :	
- File	

## Lampiran 2 Surat Balasan





### **Lampiran 3 Kuisisioner**

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **“PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIGA ROEPA COFFEE & GALLERY”**

Saya Rahma Ifti Aulia, Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata program studi Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, maka saya memohon kepada saudara/i untuk berkenan mengisi dan menjawab pertanyaan kuisisioner berikut ini dengan jujur dan terbuka. Kerahasiaan identitas dan data saudara/i dijamin dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Terima kasih atas perhatian dan kesedian saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini.

## **IDENTITAS RESPONDEN**

Berikan tanda (X) pada jawaban Anda.

1. Nama :
2. Jenis kelamin : a. Laki-laki      b. Perempuan
3. Usia : a. 18-20 th      b. 20-25 th  
          c. 25-30 th      d. 30-35 th
4. Pendidikan terakhir : a. SMP      b. SMA  
                                  c. Diploma      d. Sarjana
5. Pekerjaan : a. Pelajar/  
                                  Mahasiswa      b. Pegawai  
                                                                  Swasta  
                                  c. Pegawai      d. Ibu Rumah  
                                  Negeri           Tangga  
                                  e. Lainnya
6. Frekuensi membeli : a. 1 kali      b. Lebih dari 1  
                                                                  kali

## **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Pilihlah alternatif jawaban yang paling sesuai menurut Anda dan berikan cek list () nomor yang disediakan. Keterangan jawaban sebagai berikut :

Sangat Setuju	SS	(Nilai 5)
Setuju	S	(Nilai 4)
Netral	N	(Nilai 3)
Tidak Setuju	TS	(Nilai 2)
Sangat Tidak Setuju	STS	(Nilai 1)

2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

## DAFTAR PERNYATAAN

### 1. MEDIA SOSIAL (X<sub>1</sub>)

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya mengetahui Tiga Roepa dari media sosial.					
2	Tiga Roepa membangun hubungan di media sosial dengan konsumen melalui pelayanan yang baik.					
3	Gambar produk yang ada di media sosial sesuai dengan aslinya.					
4	Gambar dan informasi mengenai produk Tiga Roepa di media sosial menarik, dan dapat menjelaskan produk dengan baik.					
5	Gambar dan informasi mengenai produk Tiga Roepa di instagram membuat saya tertarik untuk membeli produk.					
6	Tiga Roepa selalu menanyakan feedback setelah konsumen membeli produk.					

### 2. HARGA (X<sub>2</sub>)

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga sesuai dengan daya beli saya.					
2	Harga produk di Tiga Roepa terjangkau					

3	Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan					
4	Harga produk di Tiga Roepa bersaing dengan harga produk di coffee shop lain					
5	Harga yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

### 3. KUALITAS PELAYANAN (X<sub>3</sub>)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk yang ada di Tiga Roepa tersedia semua.					
2	Tepat waktu dalam menyajikan produk.					
3	Karyawan Tiga Roepa sigap dalam memberikan informasi.					
4	Karyawan Tiga Roepa bersikap sopan dan ramah dalam melayani pembeli.					
5	Tiga Roepa menyediakan fasilitas ruangan <i>indoor</i> dan <i>outdoor</i>					

### 4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya berkunjung ke Tiga Roepa karena atas saran dari keluarga/teman/tetangga/kerabat.					

2	Saya berkunjung ke Tiga Roepa karna melihat iklan promosi di media sosial.					
3	Saya membeli produk di Tiga Roepa karena kebutuhan.					
4	Saya membeli produk di Tiga Roepa karena sesuai apa yang saya inginkan.					
5	Saya memutuskan membeli lagi produk di Tiga Roepa karena sesuai dengan selera saya.					

## Lampiran 4 Tabulasi Data

### TABULASI DATA

Responden	Media Sosial X1					HARGA X2					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	$\sum X1$	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	$\sum X2$
1	5	4	4	4	17	3	4	4	4	3	18
2	5	5	3	3	16	4	3	4	4	4	19
3	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	3	16	4	3	4	3	4	18
5	5	5	4	4	18	5	4	5	5	3	22
6	4	5	5	4	18	4	4	5	4	4	21
7	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	20	4	3	3	4	3	17
9	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
10	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	20	4	4	4	3	3	18
12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15
13	4	5	5	4	18	4	3	4	4	3	18
14	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20
16	4	4	3	4	15	5	4	4	5	4	22
17	5	5	5	5	20	5	4	4	5	3	21
18	5	5	4	5	19	4	4	3	3	3	17
19	4	4	5	4	17	4	4	5	4	4	21
20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
22	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	18
24	5	5	4	5	19	5	5	4	4	3	21
25	4	4	4	4	16	4	3	3	3	3	16
26	4	3	4	3	14	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
28	5	3	4	4	16	4	3	4	4	4	19
29	5	5	5	5	20	4	3	4	4	4	19
30	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
32	4	3	4	4	15	5	5	5	5	4	24
33	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	24
34	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
35	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21

36	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
37	5	4	5	3	17	5	5	5	5	4	24
38	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19
39	5	5	5	3	18	5	5	5	5	4	24
40	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20
41	5	5	5	5	20	3	3	4	3	3	16
42	4	5	5	5	19	4	3	4	4	4	19
43	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
46	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19
48	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23
49	3	2	3	3	11	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	23
51	4	5	5	4	18	4	5	4	5	3	21
52	5	5	5	5	20	3	3	4	3	4	17
53	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	3	15	5	4	5	5	5	24
55	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
57	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19
58	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	20	4	4	5	4	4	21
60	5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	22
61	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
62	4	3	3	4	14	3	3	4	4	3	17
63	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	23
64	5	4	4	3	16	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	20	4	5	4	5	3	21
66	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
67	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
68	3	3	4	3	13	5	5	5	5	5	25
69	4	5	4	4	17	5	4	3	5	5	22
70	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	5	20	3	4	5	5	5	22
72	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	23
73	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
74	5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22
75	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	20	4	3	4	4	4	19

77	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	5	17	3	3	3	4	3	16
79	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
80	4	5	4	4	17	5	5	5	5	4	24
81	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	21
82	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	21
83	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
84	5	4	5	5	19	3	5	5	5	5	23
85	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
87	3	4	4	4	15	4	4	4	4	3	19
88	5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	22
89	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
90	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
92	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
93	5	5	5	5	20	4	5	4	5	3	21
94	3	4	4	4	15	3	4	4	4	5	20
95	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19
96	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
97	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	23
98	4	4	4	4	16	4	4	4	5	3	20
99	5	4	4	4	17	4	4	4	4	3	19
100	4	4	5	4	17	4	5	4	4	4	21

KUALITAS PELAYANAN X3						KEPUTUSAN PEMBELIAN Y					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	$\sum X3$	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
4	3	5	4	5	21	4	2	5	2	4	17
4	4	4	4	3	19	4	3	2	5	4	18
4	4	4	3	3	18	4	2	4	4	4	18
4	3	4	3	4	18	4	2	3	4	2	15
4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	3	18
5	5	4	4	5	23	4	3	4	5	3	19
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
5	4	4	4	5	22	4	2	4	4	3	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16



5	5	4	4	4	22	5	3	5	5	3	21
4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	3	17
5	5	4	4	3	21	4	3	4	4	3	18
4	4	4	5	4	21	4	2	4	4	3	17
4	4	5	4	4	21	4	3	4	5	3	19
4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15
4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
5	5	4	4	4	22	3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	2	16
4	4	4	4	3	19	4	2	3	4	4	17
4	4	4	5	4	21	3	3	4	4	3	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17
3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19
3	4	3	4	4	18	4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	2	17
3	4	4	4	4	19	4	2	4	5	3	18
4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25	5	3	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
3	3	3	4	4	17	4	3	4	3	3	17
4	4	5	5	4	22	5	3	5	2	4	19
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	3	17
5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	3	18
5	5	4	5	4	23	5	3	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25	5	2	5	5	2	19
4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	3	16
5	5	5	5	5	25	5	2	5	5	2	19
3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	3	20	5	2	2	2	3	14
3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17	4	3	4	4	3	18
4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	2	17
3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16
3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	4	19

5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19	3	3	3	4	3	16
4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18
5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	3	23	5	3	4	5	5	22
4	4	5	5	4	22	4	2	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20	3	3	4	5	2	17
3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	3	17
4	4	5	5	5	23	5	3	5	5	5	23
4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	3	19
5	5	5	4	4	23	4	4	5	3	3	19
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	23
5	4	5	5	3	22	4	3	4	4	2	17
5	3	4	3	5	20	4	2	5	5	2	18
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
3	5	3	4	5	20	4	3	5	4	3	19
4	5	4	4	5	22	4	3	4	4	3	18
4	5	4	4	3	20	4	4	5	4	5	22
4	5	4	5	4	22	1	1	3	5	1	11
4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	2	16
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17
5	4	5	4	4	22	4	3	5	5	3	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21	5	3	4	4	3	19
4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	4	21	5	3	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23	5	3	4	5	3	20
5	5	5	4	4	23	5	3	5	4	3	20
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
5	5	5	4	4	23	4	3	5	4	2	18
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
4	4	4	5	4	21	4	3	4	2	3	16
5	5	5	5	4	24	5	4	5	3	5	22
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	2	18
4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	3	17
4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20

4	4	4	5	4	21	4	4	4	5	4	21
4	5	5	5	5	24	5	3	5	4	5	22
5	5	4	4	4	22	4	3	4	5	3	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
4	5	4	4	4	21	4	4	3	4	3	18
5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20

## Lampiran 5 Hasil Output Spss

### HASIL OUTPUT SPSS

#### Correlations

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.636**	.603**	.548**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.636**	1	.660**	.553**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.603**	.660**	1	.614**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.548**	.553**	.614**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.823**	.852**	.855**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### Reliability

##### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

## Correlations

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.647**	.531**	.625**	.381**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.647**	1	.613**	.675**	.388**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.531**	.613**	1	.596**	.574**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.625**	.675**	.596**	1	.470**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.381**	.388**	.574**	.470**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.791**	.831**	.825**	.837**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## Reliability Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	5

## Correlations

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.583**	.658**	.373**	.300**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.583**	1	.451**	.489**	.311**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.658**	.451**	1	.525**	.362**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.373**	.489**	.525**	1	.335**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.300**	.311**	.362**	.335**	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.790**	.764**	.807**	.722**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

## Reliability Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	5

### Correlations

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.184	.422**	.076	.382**	.626**
	Sig. (2-tailed)		.068	.000	.451	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.184	1	.267**	.178	.515**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.068		.007	.077	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.422**	.267**	1	.250*	.281**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.012	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.076	.178	.250*	1	.023	.463**
	Sig. (2-tailed)	.451	.077	.012		.823	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.382**	.515**	.281**	.023	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.823		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.626**	.699**	.669**	.463**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	5




## Lampiran 6 Dokumentasi

### DOKUMENTASI





### Lampiran 7 Lembar Bimbingan



**NAMA MAHASISWA I :** Pahwa Ith' Auli  
**NO. MAHASISWA :** 2105058  
**JUDUL PENELITIAN :** Analisis Perilaku Sosial, Harga, dan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Karyawan Pabrik dan Produk di Tiga Waktu Kerja

**NAMA PEMERIKSA I :** Dr. Budi Hironomon, Ph.D      **NAMA PEMERIKSA II :** Heri Susanto, S.T, M.A

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	1/2/21	- Lapor lab - Kandang Kandang	
		- Fokus ke - Nomor ur. - Alam & test - Suku-suku dan	
		- Kelelahan dan - Energi - 2/1/21	
		- Analisis	
	3/2/21	- Rencana. Fokus - Kapan dan 2/2/21	
		- Monev	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	02/02/21	TRAKTOR	
		DDP	
	08/02/21	DDP soal dan Aljabar	
	08/02/21	Area Monev	
	15/02/21	TRAKTOR	
		DDP	
		Monev	



MAHASISWA: UPR. Gula Harwandi MIA

NO.	TANGGAL	URAIAN BENCANA	DAFTAR
1	1/8/21	- Laporan teori - Babot's - Operasi variabel - Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>
	1/12/21	- Laporan teori - Operasi variabel - Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>
	1/12/21	- Operasi variabel - Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>
	1/12/21	- Operasi variabel - Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>

STUDI PENELITIAN

MAHASISWA: Harwandi MIA

NO.	TANGGAL	URAIAN BENCANA	DAFTAR
	22/1/2021	- Laporan teori - Operasi variabel - Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>

14/04/21  
Tugas besar, tugas & praktikum  
pembuatan laporan & presentasi  
di grup google sheets & gallery



NAMA MAHASISWA : \_\_\_\_\_  
 NO. MAHASISWA : \_\_\_\_\_  
 JUDUL PENELITIAN : \_\_\_\_\_

MASA PENELITIAN I : \_\_\_\_\_

MASA PENELITIAN II : \_\_\_\_\_

NO.	TANGGAL	URAIAN SINGKAT	PURAP	NO.	TANGGAL	URAIAN SINGKAT	PURAP
1/1/21		- Simulasi awal di antara dua kondisi teori	→				
1/2/21		- proposal ACE → simulasi ke Laporan II	→				
1/3/21		- Portofolio teori tulisan dan wawancara	→				
1/4/21		→ Mula-mula ke Laporan II dan lulus	→				

URAIAN SINGKAT



NAMA MAHASISWA : \_\_\_\_\_  
 NO. MAHASISWA : \_\_\_\_\_  
 JUDUL PENELITIAN : \_\_\_\_\_

MASA PENELITIAN I : \_\_\_\_\_

MASA PENELITIAN II : \_\_\_\_\_

NO.	TANGGAL	URAIAN SINGKAT	PURAP	NO.	TANGGAL	URAIAN SINGKAT	PURAP
1/1/21		- tugas tulis menulis - Mula-mula di Laporan I dan ditulis ulang	→				
1/2/21		- Simulasi ACE ke simulasi → wawancara ke Laporan I	→				