

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis, hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Sungai Kupah lebih dominan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 68 orang atau 68%. Wisatawan yang berasal dari Kubu Raya memiliki jumlah sebesar 59 orang atau 59%. Diketahui bahwa rata-rata wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Sungai Kupah berusia 25-30 tahun yaitu sebanyak 44 orang atau 44%. Diketahui bahwa rata-rata wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Sungai Kupah memiliki pekerjaan lainnya (siswa/ mahasiswa/ pegangguran/ IRT, dll) lebih banyak sebesar 48 responden atau 48%. Dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang datang adalah laki-laki, dengan asal Kubu Raya, berusia 25-30, dan pekerjaan adalah pelajar dan mahasiswa.

Hasil dari uji validitas variabel X (Instagram) memperoleh nilai data $r_{hitung} > r_{tabel}$. dengan nilai terkecilnya yaitu sebesar $0.605 > 0.361$ menunjukkan bahwa variabel media sosial Instagram yang terdiri dari indikator X1 (unggah photo), X2 (caption), X3 (hashtag), dan X4 (like dan komen) berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung wisatawan di ke Desa Wisata Sungai Kupah. Dan hasil uji kelayakan

instrumen variabel Y (Keputusan Berkunjung) dapat dinyatakan bahwa hasil dari variable Y valid dengan nilai uji t yaitu sebesar $0.610 > 0.361$ sehingga dapat dinyatakan bawah hubungan antara media sosial Instagram (X) dengan Keputusan berkunjung (Y) maka dapat diartikan bahwa (Ha) yaitu ada Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah diterima, dan hipotesis (Ho) yaitu tidak ada Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah, ditolak. Hasil uji determinasi pengaruh promosi Instagram terhadap Minat kunjung wisatawan sebesar 44.7% Sisanya sebesar 55,3% dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, hal tersebut dapat dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

2. Berdasarkan latar belakang rumusan permasalahan dalam penelitian ini, dapat penulis simpulkan bahwa adanya pengaruh cukup besar dari promosi media sosial Instagram terhadap jumlah kenaikan Keputusan berkunjung wisatawan, hal itu dikarenakan tingginya Tingkat kenaikan penggunaan media sosial Instagram pada tahun 2023 ini sebanyak 62 jt penduduk yang menggunakan media sosial Instagram di Indonesia (menurut olahdata).

B. Saran

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang kiranya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan

dalam Minat kunjung wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah. Adapun saran-saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak pengelola Desa Wisata Sungai Kupah, saran dari peneliti khususnya pengelola akun Instagram Desa Wisata Sungai Kupah, meskipun secara keseluruhan media sosial Instagram menunjukkan hasil yang baik, penulis menyarankan agar memaksimalkan pengelolaan setiap indikator. Penulis menyarankan agar tidak terpaku pada format yang sama dalam setiap unggahan sehingga dapat terlihat lebih menarik dan bervariasi, seperti penggunaan judul dan *caption* yang harus disesuaikan dengan karakter responden. Dilihat dari karakteristiknya, responden di Desa Wisata Sungai Kupah rata-rata berusia 18 – 30 tahun. Responden pada rentang usia tersebut cenderung menggunakan Bahasa yang lebih santai sehingga
2. Bagi penulis selanjutnya, penelitian ini masih bisa dikembangkan di tempat lain dengan jumlah populasi dan jumlah sampel yang lebih besar, dan untuk mendapatkan pengaruh yang lebih besar atau mendekati 100%, penulis menyarankan untuk menggunakan variabel bebas lainnya yang juga dapat mempengaruhi Keputusan berkunjung wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Hasan. 2015. *Tourism Marketing*. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.

Amartin, L.A. "Pengaruh Akun Instagram @EXPLOREBANTEN Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata di Banten (Survei Pada Followers @EXPLOREBANTEN)." Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang-Banten, 2018

Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53.

Akun Instagram Desa Wisata Sungai Kupah

https://www.instagram.com/_u/desawisata_sungaikupah/?utm_source=ig_embed&ig_rid=5ceb68fa-a646-467b-96c9_590b1aa73526&ig_mid=7337B7AF-7128-4169-884C-DF2B3F6ED45E. diakses 25 oktober 2023.

Hermawan, H., & Santosa (2020). *Metodologi Riset Kuantitatif*. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.

<https://eprints.untirta.ac.id/1106/1/LITTA%20AYU%20AMARTIN%20-%20Copy.pdf>

diakses pada tanggal 28 Oktober 2023

Judisseno, R.K. 2019. *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Juliantini, N.K., dkk. (2021). *Pengaruh Kualitas Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Lokal ke Hotel Taman Sari Resort dan Spa*

Pemuteran. Jurnal Akadimisi dan Praktisi Pariwisata. 1(2). Diakses pada 30 Januari 2023, dari file:///C:/Users/USER/Downloads/1464-3726-1-PB%20(1).pdf

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall. Kotler, Philip and Gary Amstrong.

Morissan (2015:111-112), faktor berikut dapat berada di antara keputusan pembelian dan pembelian.

Profil desa wisata Sungai kupah

https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/sungai_kupah

Diakses pada tanggal 25 oktober 2023.

[https://id.scribd.com/document/454149686/Menentukan-Ukuran-Sampel-](https://id.scribd.com/document/454149686/Menentukan-Ukuran-Sampel-Menurut-Para-Ahli)

[Menurut-Para-Ahli](https://id.scribd.com/document/454149686/Menentukan-Ukuran-Sampel-Menurut-Para-Ahli). Sampel menurut Sugiyono, (2016:118).

Diakses pada tanggal 25 oktober 2023.

Santoso. (2019). Statistika Hospitalitas. Yogyakarta: CV Budi Utama

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: AAlfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan, Bab 1 Pasal 1 Ayat 3.

Diakses pada tanggal 19 Oktober 2023.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi.

Diakses pada tanggal 19 Oktober 2023.

Wikaningtyas, S.U., dkk. (2022). Pengaruh Pemasaran Melalui Sosial Media dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Pintar Yogyakarta Yang di Mediasi Oleh Word OF Mouth Marketing. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha. 2(4).

Diakses pada tanggal 19 Oktober 2023.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian

	YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA	
	<small>Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturlunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281 Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id</small>	
Nomor : 1724/Q.AMPTA/X/2023		27 Oktober 2023
Lampiran : 1 bendel		
Hal : Permohonan Penelitian		
Yth. Ketua Pengelola Desa Wisata Sungai Kupah Dusun Sejahtera, Kecamatan Sungai Kakap Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat		
Dengan Hormat,		
Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 November 2023 sampai dengan tanggal 30 November 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :		
Nama Mahasiswa : Ainun Najwa Salsabila		
No. Induk Mahasiswa : 519101219		
Semester : IX		
Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :		
Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya (proposal penelitian terlampir).		
Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.		
		Hormat kami, Ketua  Drs. Prihatno, M.M

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



**KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS)
DESA SUNGAI KUPAH KEC. SUNGAI KAKAP
KAB. KUBU RAYA**

Sekretariat: Desa Sungai Kupah Kec. Sungai Kakap Kab. Kubu Raya 78381

SURAT PENERIMAAN PENELITIAN

Nomor : 22/POKDARWIS/XI/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Rudi Hartono, S.Pd
Alamat : RT002/RW005 Dusun Sejahtera Desa Sungai Kupah
Jabatan : Ketua Kelompok Sadar Wisata Desa Sungai Kupah
NIK : 6112090602950004

Menerangkan Bahwa :

2. Nama : Ainun Najwa Salsabila
Nim : 519101219
Jurusan : Pariwisata
Judul Penelitian : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya

Telah kami terima dan setuju penelitian Saudari Ainun Najwa Salsabila dengan judul penelitian:
"Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung
Wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya

Demikian surat balasan ini kami sampaikan dan digunakan sebagaimana mestinya.

Kubu Raya, 11 November 2023

Mengetahui,
Ketua POKDARWIS Desa Sungai Kupah



Rudi Hartono, S.Pd



Lampiran 3. Format Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Hal : Pengisian Kuesioner (Angket)

Kepada Yth : Pengunjung Desa Wisata Sungai Kupah

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ainun Najwa Salsabila

Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta

Program Studi : S1 Pariwisata

NIM : 519101219

Pada kesempatan kali ini, peneliti meminta bantuan kepada bapak/ibu untuk meluangkan waktu mengisi pertanyaan kuesioner yang terlampir. Pengisian kuesioner ini dilakukan untuk kepentingan skripsi dengan **judul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Desa Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya”** Semua data dan tanggapan bapak/ibu dipergunakan hanya untuk kepentingan penulisan skripsi. Saya sangat mengharapkan bapak/ibu berkenan untuk membantu dalam pengisian kuesioner dengan keadaan yang

sebenarnya, akhir kata saya ucapkan terima kasih kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Petunjuk pengisian kuesioner akan dijelaskan pada bagian berikutnya.

I. Identitas Responden

Mohon untuk memilih tanggapan yang sesuai dengan kondisi dan keadaan anda, dengan memilih salah satu pada opsi di bawah.

a. Nama Responden :

b. Jenis Kelamin :

1. Laki-Laki

2. Perempuan

c. Asal Daerah :

d. Usia :

1. 18-24 Tahun

2. 25-30 Tahun

3. 31-40 Tahun

4. 41-50 Tahun

5. Diatas 51 Tahun

e. Pekerjaan

1. Honorer

2. PNS

3. Pegawai Swasta

4. Wirausaha

5. Lainnya

II. Daftar Kuesioner

Petunjuk: Berikan tanda cek (P) pada pertanyaan yang anda pilih sesuai dengan kenyataan yang Ibu/Bpk, Sdr/i rasakan dan diharapkan Ibu/Bpk, Sdr/I hanya memilih satu jawaban.

Kategori Jawaban:

Skor 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2 : Tidak Setuju (TS)

Skor 3 : Setuju (S)

Skor 4 : Sangat Setuju (SS)

A. Media Sosial Instagram (X)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
a. Unggahan Photo (X1)					
1	Saya memperoleh informasi yang lebih detail ketika membuka profile Instagram Desa Wisata Sungai Kupah				
2	Saya tertarik untuk melihat akun media sosial Instagram Desa Wisata Sungai Kupah karena mempunyai tampilan yang menarik				

b. Caption (X2)					
3	Saya memperoleh informasi tambahan mengenai foto atau video lewat deskripsi singkat yang ditulis pada bagian <i>caption</i> atau judul setiap unggahan				
4	Tulisan yang ada pada judul atau caption setiap unggahan menarik untuk dibaca				
c. Hashtag (X3)					
5	Unggahan pada akun Instagram Desa Wisata Sungai Kupah menggunakan hastag yang menarik				
6	Pengelolaan menggunakan hashtag yang sedang populer pada setiap unggahan, contoh (#DESAWISATAKEREN20223)				
d. Like Dan Komentar (X4)					
7	Saya memberikan like karena keunikan konten pada unggahan akun Instagram Desa Wisata Sungai Kupah				
8	Saya bebas memberikan opini pada kolom komentar Desa Wisata Sungai Kupah				

B. Kepuasan Pengunjung (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
a. Pengenalan Masalah (Y1)					
9	Sebelum berkunjung ke Desa Wisata Sungai Kupah, saya mencari informasi terlebih dahulu melalui akun Instagram Desa Wisata Sungai Kupah				
b. Evaluasi Alternatif (Y2)					
10	Saya menggunakan informasi yang ada pada Instagram Desa Wisata Sungai Kupah untuk mengidentifikasi kesesuaian atraksi dengan kebutuhan saya				
c. Keputusan Pembelian (Y3)					
11	Saya memutuskan untuk berkunjung ke Desa Wisata Sungai Kupah karena informasi yang saya peroleh sesuai dengan kebutuhan saya				
d. Perilaku Pasca Pembelian (Y4)					
12	Saya ingin menginformasikan kepada orang lain mengenai apa yang saya rasakan setelah berkunjung ke Desa Wisata Sungai Kupah				
e. Evaluasi Purna Beli (Y5)					

13	Saya ingin melakukan kunjungan kembali ke Desa Wisata Sungai Kupah					
14	Saya akan merekomendasikan Desa Wisata Sungai Kupah untuk dikunjungi					

LAMPIRAN GAMBAR

Lampiran 4. Tabulasi Data Responden

x												Total X	y					Total Y
x1		x2		x3		x4		total	y1	y2	y3		y4	y5				
x1.1	x1.2	x2.1	x2.2	x3.1	x3.2	x4.1	x4.2											
4	4	8	4	3	7	2	4	6	4	4	8	29	3	4	4	4	4	19
3	4	7	3	4	7	3	4	7	4	4	8	29	4	4	4	4	4	20
2	2	4	3	4	7	4	4	8	3	4	7	26	4	4	3	4	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	30	4	4	4	4	4	20
4	3	7	2	4	6	3	4	7	4	4	8	28	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	3	7	2	4	6	4	4	8	29	4	4	4	4	3	19
4	4	8	4	4	8	3	4	7	3	4	7	30	4	4	4	4	4	20
3	4	7	1	3	4	3	4	7	4	3	7	25	4	4	4	4	3	19
4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	8	31	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	2	4	6	4	4	8	29	4	4	4	4	4	19
1	4	5	4	3	7	3	4	7	4	4	8	27	4	4	4	4	4	20
4	4	8	2	4	6	3	3	6	4	4	8	28	4	4	4	4	4	20
3	4	7	4	3	7	3	4	7	4	4	8	29	4	4	4	3	4	19
3	4	7	1	3	4	3	4	7	4	4	8	26	4	4	3	4	4	19
4	3	7	3	4	7	4	4	8	4	4	8	30	4	4	4	4	4	20
2	4	6	4	4	8	4	4	8	4	4	8	30	4	4	3	4	4	19
4	4	8	4	2	6	3	4	7	4	3	7	28	3	4	4	4	4	19
4	3	7	1	2	3	3	4	7	4	4	8	25	4	4	4	4	3	19
4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	8	31	3	4	4	4	3	18
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	28	4	4	4	4	3	19
2	4	6	4	3	7	3	4	7	3	4	7	27	4	3	4	3	4	18
4	4	8	4	3	7	3	4	7	3	4	7	29	4	4	4	3	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	30	4	3	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	3	7	30	4	4	4	4	4	20
2	3	5	4	4	8	2	4	6	4	3	7	26	4	3	4	4	4	19
1	4	5	3	3	6	2	4	6	3	4	7	24	4	4	4	4	3	19
4	2	6	4	4	8	3	4	7	4	4	8	29	3	4	4	4	3	18
3	4	7	4	4	8	2	4	6	4	4	8	29	4	3	4	4	4	19
2	4	6	3	4	7	3	4	7	3	4	7	27	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	3	7	3	4	7	4	4	8	30	4	4	4	4	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	30	4	3	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	3	7	30	4	4	4	4	4	20
2	3	5	4	4	8	2	4	6	4	3	7	26	4	3	4	4	4	19
4	4	8	3	3	6	2	4	6	3	4	7	24	4	4	4	4	3	19
4	2	6	4	4	8	3	4	7	4	4	8	29	3	4	4	4	3	18
3	4	7	4	4	8	2	4	6	4	4	8	29	4	3	4	4	4	19
2	4	6	3	4	7	3	4	7	3	4	7	27	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	3	7	3	4	7	4	4	8	30	4	4	4	4	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	30	4	3	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	3	7	30	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	3	6	4	4	8	3	4	7	29	4	4	4	4	4	20
3	4	7	3	4	7	4	4	8	4	4	8	30	4	3	4	4	3	18
4	4	8	3	3	6	4	4	8	3	4	7	29	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	30	4	3	4	4	3	18
4	4	8	4	1	5	3	4	7	4	4	8	28	3	4	3	4	4	18
4	3	7	3	4	7	3	4	7	4	4	8	29	4	4	4	3	4	19
4	3	7	3	4	7	3	4	7	4	3	7	28	4	4	4	4	4	20
3	4	7	4	3	7	3	4	7	3	4	7	28	4	4	4	3	4	19
4	4	8	2	4	6	4	4	8	4	3	7	29	4	3	4	4	4	19
3	4	7	4	3	7	3	4	7	4	4	8	29	4	3	4	3	4	18
4	4	8	4	3	7	3	4	7	4	4	8	29	4	4	4	3	4	19
4	4	8	4	3	7	3	4	7	4	4	8	30	3	2	4	4	4	17
4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7	28	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	8	31	3	4	4	4	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	3	7	29	4	3	3	4	3	17
4	4	8	4	3	7	3	4	7	3	3	6	28	3	4	4	4	4	19
2	4	6	4	3	7	2	4	6	4	3	7	26	3	4	4	4	4	19
4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	8	31	4	4	4	4	4	20
3	4	7	4	4	8	3	4	7	4	4	8	30	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	4	8	2	4	6	4	4	8	30	4	3	4	4	4	19
2	4	6	4	3	7	4	4	8	4	4	8	29	4	3	4	4	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	3	7	29	4	4	4	3	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	29	4	4	4	4	4	19
4	4	8	4	3	7	3	4	7	4	4	8	30	4	4	4	4	4	20
4	3	7	4	4	8	4	4	8	4	3	7	30	4	4	4	4	4	20
1	4	5	4	3	7	3	3	6	4	3	7	25	4	4	4	4	3	19
4	4	8	3	4	7	4	4	8	3	4	7	30	4	4	4	3	4	19
4	3	7	4	4	8	4	4	8	4	3	7	30	4	3	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	31	4	3	4	4	4	19
4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	8	31	4	3	4	4	4	19
3	3	6	4	4	8	4	4	8	4	4	8	30	4	4	4	4	4	20
3	4	7	4	4	8	3	4	7	4	4	8	30	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	3	4	7	3	4	7	29	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	28	4	4	4	4	4	20
4	3	7	3	4	7	4	4	8	4	4	8	30	4	4	3	3	4	18
4	3	7	4	4	8	4	4	8	4	4	8	31	4	4	4	4	4	20
3	4	7	4	4	8	4	4	8	4	4	8	31	4	4	4	4	3	19
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	32	4	4	4	4	4	20
3	2	5	3	4	7	3	3	6	4	4	8	26	4	3	4	4	3	18
4	4	8	3	3	6	3	3	6	4	4	8	28	4	4	4	3	4	19
4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	3	7	29	4	4	4	3	4	19
4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	8	28	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	8	28	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	8	31	3	4	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	31	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	4	8	3	4	7	3	4	7	30	4	4	4	4	3	19
2	3	5	4	4	8	4	4	8	4	4	8	29	4	4	4	4	3	19
4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	3	7	30	4	4	4	4	3	19
2	4	6	4	3	7	4	4	8	4	4	8	29	3	4	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	32	4	4	4	4	4	20
2	4	6	4	3	7	4	4	8	4	4	8	29	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	32	4	3	4	4	4	19
4	2	6	4	3	7	4	4	8	3	4	7	28	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	3	7	30	4	4	4	4	4	20
4	4	8	3	4	7	4	4	8	3	4	7	30	4	4	4	4	4	20
4	3	7	4	4	8	4	4	8	4	4	8	31	4	3	3	4	4	18
4	4	8	4	4	8	4	3	7	4	4	8	31	4	4	4	4	4	20
4	4	8	4	4	8	3	4	7	3	4	7	27	4	4	4	3	4	19
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	31	3	4	4	4	4	19
4	4	8	4	4	8	4	4	8	4									

Lampiran 5. Uji Validitas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	Totalx1
X1.1	Pearson Correlation	1	.086	.771**
	Sig. (2-tailed)		.650	.000
	N	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.086	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.650		.000
	N	30	30	30
Totalx1	Pearson Correlation	.771**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Lampiran 6. Uji Validitas X2

Correlations

		X2.1	X2.2	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.112	.859**
	Sig. (2-tailed)		.557	.000
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.112	1	.605**
	Sig. (2-tailed)	.557		.000
	N	30	30	30
TotalX2	Pearson Correlation	.859**	.605**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Lampiran 7. Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	-.071	.615**
	Sig. (2-tailed)		.710	.000
	N	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	-.071	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.710		.000
	N	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.615**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Lampiran 8. Uji Validitas X4

Correlations

		X4.1	X4.2	VAR00012
X4.1	Pearson Correlation	1	.328	.830**
	Sig. (2-tailed)		.077	.000
	N	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.328	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.077		.000
	N	30	30	30
VAR00012	Pearson Correlation	.830**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

