

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN**  
(Studi Pada Followers @Batamnewsonline)



**DISUSUN OLEH**

**NAMA : SUGIYANTO**

**NIM : 21055545**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sugiyanto

NIM : 21055545

Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Menyatakan proposal yang saya ajukan dengan judul "Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Followers @Batamnewsonline)" adalah benar hasil karya saya sendiri. Selain itu sumber informasi yang di kutip pada penulis lainnya sudah di sebutkan didalam teks serta di cantumkan didalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti skripsi ini bukan karya sendiri atau jiplakan, maka saya bersedia memperoleh sanksi sesuai Perundang-undangan yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Sugiyanto

NIM.21055545

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**TERHADAP**  
**KEPUASAN KONSUMEN**  
(Studi Pada Followers @Batamnewsonline)

**SUGIYANTO, NIM: 21055545**

Telah diujikan dan disahkan oleh  
Tim Penguji Skripsi dan Prodi S1 Ilmu Komunikasi Stikom Yogyakarta

Pada tanggal, 1 September 2022

**Tim Penguji**

**1. Ahmad Muntaha, M.Si**

**NIDN: 052705056401**

**2. Hardoyo, MA**

**NIDN: 0516047201**

**3. Supadiyanto, M.Ikom**

**NIDN: 0514088102**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi**

**Rofiq Anwar, MA**

**NIP: 197901112005011001**

**Ketua STIKOM**

**Dra. Sudaru Murti, M.Si**

**NIP: 19601218198702001**

## ABSTRAK

Begitu banyak pengguna yang aktif menandakan bahwa masyarakat Indonesia suka memakai media sosial yang sering disebut sebagai teori *uses and gratification*, yang menandakan penggunaanya sebagai pihak yang begitu aktif menentukan media mana yang hendak di gunakan. Didalam teori *uses and gratification* di katakan pengguna yang aktif didalam menentukan media mana yang akan di gunakan demi mencukupi kebutuhannya. Tujuan penelitian ini ialah menelusuri pengaruh motif penggunaan media sosial instagram terhadap kepuasan konsumen (Studi pada followers @Batamnewsonline). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Partisipan ataupun populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram Batamnewsonline sebanyak 136 ribu pengguna. Besar sampel penelitian ini adalah 399 responden yang didapati dari hasil perhitungan dengan bantuan rumus slovin. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Motif penggunaan media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen followers Instagram Batamnewsonline, yang dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai t hitung (22,007) > t tabel (1,966) dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Serta besaran nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,550 yang menunjukkan motif penggunaan media (X) tersebut memberikan sumbangan terhadap kepuasan konsumen pada followers media sosial Instagram @Batamnewsonline (Y) sebesar 55%.

**Kata Kunci:** Instagram, Kepuasan Konsumen, Motif Penggunaan Media Sosial

## **ABSTRACT**

*So many active users indicate that the Indonesian people like to use social media which is often referred to as the uses and gratification theory, indicates users are very active in determine which media to use. In the uses and gratification theory, it is said that users are active in determining which media will be used to meet their needs. The purpose of this studies was determining how the motives for using Instagram social media influence consumer satisfaction (Study on @Batamnews online followers). This research is a quantitative research. Participants or population in this study were Instagram followers on Batamnewsonline as many as 136 thousand users. The sample size of this study was 399 respondents who were found from the results of calculations with the help of the Slovin formula. The results of the study concluded that the motive for the use of Instagram social media had a positive and significant effect on consumer satisfaction of Batamnewsonline Instagram followers, as evidenced by the results of the t test which resulted in the t value (22.007) > t table (1.966) and the significance was  $0.000 < 0.05$ . And the magnitude of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.550 which shows the motive for using the media (X) contributes to consumer satisfaction on Instagram social media followers @Batamnewsonline (Y) by 55%.*

**Keywords:** *Instagram, Consumer Satisfaction, Motives for Using Social Media*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kajian Teori.....	8
2.2.1 Teori <i>Uses and Gratifications</i> .....	8
2.2.2 Motif .....	9
2.2.3 Media Sosial Instagram.....	10
2.2.4 Kepuasan.....	12
2.3 Hipotesis.....	13
2.4 Kerangka Pemikiran .....	13
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	14
3.2 Jenis Data .....	14
3.2.1 Data Primer .....	14
3.2.2 Data Sekunder .....	14

3.3	Populasi dan Sampel .....	15
	3.3.1 Populasi.....	15
	3.3.2 Sampel.....	15
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	16
	3.4.1 Observasi.....	16
	3.4.2 Kuesioner .....	16
	3.4.3 Kepustakaan.....	17
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian .....	17
3.6	Variabel dan Pengukuran .....	17
	3.6.1 Variabel Independen .....	17
	3.6.2 Variabel Dependen.....	18
3.7	Teknik Pengolahan Data .....	18
3.8	Teknik Analisis Data .....	19
	3.8.1 Uji Kualitas Data.....	19
	3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	20
	3.8.3 Uji Regresi Linear Sederhana .....	20
	3.8.4 Uji Hipotesis .....	21
<b>BAB IV HASIL/TEMUAN PENELITIAN .....</b>		<b>22</b>
4.1	Profil Organisasi (Batam News).....	22
	4.1.1 Struktur Organisasi .....	23
	4.1.2 Visi dan Misi Batam News .....	23
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	24
	4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	24
	4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	25
	4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	25
4.3	Deskripsi Jawaban Responden .....	26
	4.3.1 Deskripsi Variabel Motif Penggunaan (X) .....	26
	4.3.2 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen .....	30

4.4	Analisis Data .....	32
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	32
4.4.2	Hasil Uji Realibilitas .....	33
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	33
4.4.4	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	34
4.4.5	Hasil Uji Hipotesis .....	35
4.5	Pembahasan .....	36
4.5.1	Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen .....	36
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		37
5.1	Kesimpulan.....	37
5.2	Saran/Rekomendasi .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		38
<b>LAMPIRAN</b> .....		39



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Akun Instagram Batamnews .....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	13
Gambar 4.1 Kantor Batamnews .....	22
Gambar 4.2 Logo Batamnews .....	23
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Batamnews .....	23
Gambar 4.4 Grafik Normal P-plot .....	33

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah Following Dan Follower Instagram Batamnews Per Juli-Agustus 2022.....	3
Tabel 4.1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin.....	24
Tabel 4.2 Profil Berdasarkan Umur.....	25
Tabel 4.3 Profil Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	25
Tabel 4.4 Motif Penggunaan (X).....	26
Tabel 4.5 Lanjutan (X).....	27
Tabel 4.6 Kepuasan Konsumen (Y).....	30
Tabel 4.7 Lanjutan (Y).....	31
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas.....	34
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	34
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	35
Tabel 4.13 Hasil Uji R.....	35

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial dipakai masyarakat didalam memberbicarakan dan mendapatkan informasi sebab begitu canggihnya didalam memberikan informasi yang terbaru, mudah dijangkau banyak pihak dengan menggunakan media telepon dan media lainnya yang cukup murah. Ditanggal 30 Januari 2018, dari banyaknya penduduk di Indonesia yakni 260-an juta jiwa, masyarakat yang aktif menggunakan media sosial telah mendekati 130 juta (Kompas.com). Begitu banyak pengguna yang aktif menandakan masyarakat Indonesia suka memakai media sosial yang sering disebut sebagai teori *uses and gratification*, yang menandakan penggunaannya sebagai pengguna yang begitu aktif memilih media yang mana yang mau di gunakan. Didalam teori *uses and gratification* di katakan pengguna yang aktif didalam memilih media yang akan di gunakan demi mencukupi kebutuhannya (Miranda, 2017).

Ada lima pengansumsian didalam *teori uses and gratification*, yakni pengguna yang aktif serta memakai media didalam meraih tujuannya, keinginannya didalam meraih kepuasan didalam menentukan media mana yang hendak di gunakan, media saling berkompetisi diantara media lainnya didalam mencukupi kepuasan pemakainnya, pihak yang sadar terkait penggunaan media, berkemauan dan motifnya, serta pengevaluasian terkait media yang hanya bisa dinilai oleh masyarakat pada umumnya (West & Turner, 2017).

Motif ialah dorongan yang menjadikan seseorang menginginkan untuk melangsungkan sesuatu hal. Empat buah motif yang membuat pengguna memakai media ialah motif informasi, identitas pribadi, integrasi & identitas sosial, serta hiburan. Sedangkan, kepuasan konsumen di artikan sebagai tingkatan dari perasaan konsumennya sesudah memadankan apa yang di terima dengan harapannya. Indikator kepuasan konsumennya yakni kesesuaian harapan, minat memakai kembali, serta kesediaannya didalam merekomendasi (Tjiptono, 2015).

Media sosial yang banyak digunakan akhir-akhir ini merupakan ruang bagi manusia untuk menyebarkan informasi ataupun mencari informasi yang diinginkan. Hal ini menyebabkan banyaknya bermunculan beraneka ragam jenis media sosial dengan berbagai bentuk fitur yang unggul serta menarik sehingga di gemari jutaan pengguna khususnya Instagram.

Instagram pada mulanya di kembangkan *startup* yang bernama Burbn, Inc yang di motori Kevin Systrom serta Mike Krieger. Ditangan mereka Instagram mampu berkembang begitu pesat serta populer hingga kini. Instagram bisa di definisikan aplikasi yang berbasis iOS, Android dan Windows yang bisa menarik pengguna, mengedit dan memosting foto ataupun video pada halamannya yang utama serta media sosialnya yang lain. Foto ataupun video yang di bagikan nanti bisa dipampang pada halaman penggunanya yang lain yang menjadi *follower*. Tujuannya supaya penggunanya bisa berbagi hal apapun dengan para *follower*.

Fitur-fitur Instagram yang ada berfungsi tidak hanyalah dijadikan tempat berbagi foto serta video, namun digunakan juga didalam memaksimalkan interaksi pengguna dengan beragam fitur yang terbaru seperti *question*, *direct* dan *stories*. Sementara didalam Instagram sudah ditambah banyaknya fitur yang mendatangkan keuntungan bagi pelaku bisnis. Melangsir [sproudsocial.com](http://sproudsocial.com), terdapatnya sejumlah fitur serta fungsi Instagram yang begitu penting bagi pelaku bisnis seperti instagram video, live video, IGTV. Kini Instagram sudah berubah sebagai media yang menyediakan hiburan, media edukasi, hal yang menginspirasi hingga media berbisnis.

Dalam aplikasi Instagram juga dikenal adanya sistem pertemanan dengan *following* dan *follower*. *Following* artinya akun atau pihak yang diikuti pengguna (mengikuti), sedangkan *follower* artinya penggunanya yang lain yang mengikuti pengguna (pengikut). Berikut ditampilkan tabel yang menunjukkan jumlah *following* dan *follower* pada Instagram Batamnews per Juli-Agustus 2022.

**Tabel 1.1 Jumlah *Following* Dan *Follower* Instagram Batamnews  
Per Juli- Agustus 2022**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Following (Mengikuti)</b>	<b>Followers (Pengikut)</b>
1.	Juli	32	135.000
2.	Agustus	32	136.000

Sumber: Instagram Batamnews (2022)

Berdasarkan tabel diatas, didapati bahwa jumlah pengikut pada Instagram Batamnews meningkat. Terlihat pada bulan Juli tahun 2022 jumlah *follower* pada Instagram Batamnews berjumlah 135 ribu pengikut, sedangkan dibulan berikutnya yaitu di awal bulan Agustus Tahun 2022 jumlah *follower* pada Instagram Batamnews online berjumlah 136 ribu pengikut.

Peningkatan tersebut bisa dipengaruhi oleh sejumlah motif penggunaan media sosial Instagram oleh para *followers*. Instagram bisa di manfaatkan didalam pemberian informasi ataupun pencarian informasi berupa foto ataupun video yang di jadikan fitur yang mendukung informasi yang hendak di sampaikan melalui teks tertulis pada judul dari foto ataupun videonya yang ditampilkan didalam Instagram. Informasinya ini menjadi hal terpenting didalam memperluas wawasan. Pentingnya informasi bisa mendorong tiap individu didalam menemukan media mana yang begitu efektif serta akurat didalam memperoleh informasi yang di butuhkan. Tiap individu bisa mendapatkan berita yang bermanfaat.

Kini banyaknya akun Instagram yang khususnya menginformasikan hal yang mempunyai manfaat, misalnya akun @Batamnews online yang selalu menginformasikan hal yang positif, bisa dipercaya serta memberikan inspirasi bagi seluruh pihak. Awalnya akun Batamnews online hadir didalam Instagram pada 25 November 2014 sampai sekarang. Batamnews online dikhususkan untuk pengguna Instagram yang membutuhkan berita yang baru serta bersifat edukatif, konten yang begitu menarik serta bisa membawa dampak positif bagi pihak yang terkait. Kini banyaknya follower @Batamnews online sebanyak 136 ribu followers dengan postingan 11,1 ribu.

Penelitian ini serupa dengan penelitian Willianti & Oktavianti (2019) yang berjudul Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice). Variabel yang digunakan adalah motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumen yakni para *followers* akun Instagram @pluffyschoice. Dengan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh diantara motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumen yang sifatnya sedang senilai 28%. Jika motif penggunaannya naik maka kepuasan konsumennya juga akan naik. Berdasarkan uraian diatas maka penulis terdorong melangsungkan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Followers @Batamnewsonline)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sejalan dengan latar belakangnya yang di jelaskan, rumusan permasalahan penelitiannya ini ialah bagaimana pengaruh motif penggunaan media sosial instagram terhadap kepuasan konsumen (Studi pada followers @Batamnewsonline)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Hal yang menjadi tujuan dari penelitiannya ini ialah mengetahui bagaimana pengaruh motif penggunaan media sosial instagram terhadap kepuasan konsumen (Studi pada followers @Batamnewsonline).

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Sejalan tujuan penelitiannya yang mau di capai, hasil penelitiannya ini di harapkan bisa memerikan manfaat untuk seluruh bagian yang berkaitan didalam penelitiannya ini yang terkait Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Followers Instagram Batamnewsonline. Adapun pihak tersebut diantaranya:

1. Secara Akademis dan Teoritis

- a. Secara Akademis

Penelitiannya ini di harapkan bisa di jadikan referensi serta sumber kepustakaan bagi mahasiswa/i didalam meningkatkan serta lebih mendalami wawasan pada bidang komunikasi terkhusus untuk mahasiswa/i Ilmu Komunikasi pada STIKOM Yogyakarta.

- b. Secara Teoritis

Penelitiannya ini di harapkan bisa menjadi kontribusi didalam memberi bukti bahwa teori yang di gunakan benar sehingga menjadi sumber informasi dibidang kajian ilmu komunikasi, terkhusus bagi pengguna media setta teknologi dengan menggambarkan sebuah hal yang objektif terkait pengaruhnya yang mendalam antara motif penggunaan media sosial Instagram dan kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Penelitiannya ini di harapkan bisa memberikan masukan berupa pemikiran bagi media sosial khususnya didalam memaksimalkan dan memperoleh manfaat dari motif penggunaan media sosial Instagram.

- b. Penelitiannya ini di harapkan bisa di jadikan bahan didalam mempertimbangkan serta sumber pemikiran terkait media sosial yang mempunyai permasalahan serupa untuk diselesaikan hingga bisa diperluas konsep yang telah ada ataupun di perkuat dengan konsepnya yang terbaru.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Sebagai sarana referensi penelitiannya ini, penulis menyertakan sejumlah karya ilmiah penelitiannya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan Peneliti. Dari beberapa karya tulis tersebut bisa diperoleh teori-teori yang bisa mendasari penelitian yang akan dilakukan, disamping itu, hal ini juga bertujuan untuk menghindari plagiasi sehingga karya peneliti nantinya merupakan karya penelitian yang murni dari pemikiran atau gagasan penulis.

Sejumlah penelitiannya yang terdahulu yang digunakan sebagai sumber pustaka. Kajian pokok pada penelitian-penelitian tersebut membahas terkait pengaruh motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan bahasan didalam penelitian yang akan peneliti lakukan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan terletak pada pemilihan objek penelitian. Pada penelitian ini akun Instagram yang diteliti terkait akun media, sedangkan penelitian lainnya lifestyle ataupun kuliner. Penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian (Willianti & Oktavianti, 2019) dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice)”. Dengan tujuannya yaitu mengetahui pengaruh diantara motif penggunaan media sosial Instagram terhadap kepuasan konsumennya. Dengan menerapkan *teori uses and gratification* dimedia sosial. Penelitinya melakukan penyebaran kuisisioner pada 100 respondennya yakni followers @Pluffyschoice. Didalam melakukan pengolahan datanya, peneliti memakai SPSS versi 19. Hasilnya dinyatakan bahwa motif penggunaan media sosial Instagram memengaruhi kepuasan konsumen. Jika motif penggunaan media sosial Instagram naik maka kepuasan konsumennya juga naik.



2. Berdasarkan penelitian (Safriana & Samatan, 2021) dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.Id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Didalam Memeroleh Informasi”. Tujuan penelitiannya ialah menelusuri serta mengamati pengaruh motif penggunaan media sosial dan kualitas akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan followers generasi Z. Peneliti menerapkan *teori uses and gratification* dimedia sosial. Hasil penelitiannya menyatakan terdapatnya pengaruh diantara motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi terhadap kepuasan followers generasi Z.
3. Berdasarkan penelitian (Ningrum & Prihantoro, 2020) dengan judul “Pengaruh Intensitas Dan Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Kepuasan Memeroleh Informasi Followers Akun @Soloinfo”. Tujuan penelitiannya ialah mengetahui intensitas dari penggunaan media instagram terhadap kepuasan memperoleh informasi followers @Soloinfo. Populasi penelitiannya ialah 400 followers @soloinfo. Peneliti menerapkan *teori uses and gratification* dimedia sosial. Hasil penelitiannya menyatakan intensitas didalam penggunaan media Instagram memengaruhi kepuasan memperoleh informasi untuk followers @soloinfo. Hasil penelitiannya menyatakan intensitas dan motif penggunaan media memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan memperoleh informasi.
4. Berdasarkan penelitian (Suwono, 2021) dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Behome.Id Terhadap Kepuasan Followers Didalam Memakai Layanan Kesehatan Mental”. Teorinya ini menyatakan followers di anggap aktif dan bebas memilih didalam penggunaan media dan bagaimana medianya itu memerikan dampak pada dirinya. Populasi penelitiannya ialah 204 followers. Hasilnya menyatakan terdapat pengaruh diantara motif penggunaan media sosial Instagram Behome.id terhadap kepuasan followers memakai layanan kesehatan mental.

5. Berdasarkan penelitian (Naftali & Rusdi, 2021) dengan judul “Hubungan Motif Penggunaan Informasi dalam Beauty Journal dengan Kepuasan Pengunjung Website Sociolla.com (Survei Pada Perempuan Pengguna Sociolla.com)”. Tujuannya dari penelitiannya ini ialah mengetahui pengaruh hubungan diantara motif penggunaan informasi dalam Beauty Journal dengan kepuasan pengunjung. Peneliti menerapkan *teori uses and gratification* dimedia sosial. Hasilnya yang di peroleh motif penggunaan informasi pada Beauty Journal memengaruhi kepuasan pengunjung.

## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Teori *Uses and Gratifications*

Ditahun 1974, teori ini di kemukakan Harbert Blumer dan Eluhi Katz, yang di kenal pada buku yang judulnya “*The Uses and Mass Communications Current Prespective On Gratification Research*”. Pengguna media berperan cukup aktif didalam menentukan serta memakai media tersebut. Teorinya ini bertentangan dengan teori model peluru. Teori ini bermula dari pandangan yang menyatakan komunikasi (media massa) tak berkekuatan didalam memengaruhi masyarakat luas. Inti didalam teori ini ialah masyarakat luas umumnya menerapkan media masa dengan motif tertentu. Media di anggap berupaya mencukupi motif penggunanya. Jika motif ini tercukupi maka kebutuhan masyarakat luas tentunya tercukupi juga. Sehingga media yang sanggup mencukupi kebutuhan masyarakat luas disebut media yang aktif (Nurudin, 2007).

Didalam teori *uses and gratification* di tekankan pengguna yang aktif didalam menetapkan media yang mana yang hendak di pilih didalam memberikan kepuasan atas kebutuhannya. Pengguna yang bebas berarti mereka memakai media dan bagaimana medianya itu akan membawa pengaruh didalam dirinya. Usaha yang di perlukan didalam mencukupi kebutuhannya sangatlah tergantung pada kesediaan ataupun tidaknya media serta mudahnya didalam pemanfaatannya. Kita dapat mengerti komunikasi seseorang dengan media yang digunakan orang tersebut (*Uses*) dan kepuasaannya yang di peroleh (*Gratification*).

Umumnya ada lima asumsi dari teori *uses and gratification* (Stanley & Davis, 2011), yakni :

1. Masyarakat luas yang aktif dan memiliki tujuan.
2. Inisiatif didalam menyambungkan diantara kepuasan pada penentuan media mana yang ada pada masyarakat luas.
3. Media saling berkompetensi dengan media lain didalam memenuhi kepuasan.
4. Masyarakat luas yang berkecukupan terkait menggunakan media, minat, serta motif hingga bisa memerikan penggambaran yang akurat.
5. Pengevaluasian terkait nilai isi media hanyalah bisa di nilai masyarakat luas.

### **2.2.2 Motif**

Motif menurut Branca (1964, dalam Candra *et al.*, 2016), yang menyatakan motif bermula dari bahasa Latin, *movere* berarti bergerak ataupun *to move*. Sesuatu dorongan yang muncul didalam diri seseorang yang dinamakan motif. Sebuah dorongan yang ada pada manusia berhubungan kuat dengan kebutuhannya, akan tetapi dorongan juga dapat muncul dari sesuatu kebutuhan khusus. Energi yang ada didalam manusia di peroleh dari dorongan didalam memenuhi kebutuhannya.

Menurut McQuail dan rekan (1972, dalam (Morissan, 2014) menyatakan sejumlah penyebab audien memakai media, yakni:

1. Pengalihan
2. Hubungan antarpersonal
3. Pengawasan

McQuail Dennis yang di kutip didalam buku Teori Komunikasi Massa, yang menyatakan motif didalam memakai media, yakni:

1. Motif Informasi
2. Motif Identitas Pribadi
3. Motif Intergritas dan Interaksi Sosial
4. Motif Hiburan

### **2.2.3 Media Sosial Instagram**

#### **2.2.3.1 Pengertian Media Sosial Instagram**

Media sosial Instagram berdasar para ahli, beragam defenisi terkait media sosial yang di rumuskan di antaranya, yakni:

1. Menurut McGraw Hill Dictionary, Media sosial ialah peralatan yang di gunakan orang didalam berkomunikasi dengan lainnya dengan membangun, membagikan, serta menukarkan informasi beserta gagasan didalam jaringannya serta komunitasnya secara virtual.
2. Menurut (Kaplan & Haelein, 2014), Media sosial di gunakan penggunanya didalam membagikan tulisan, gambar, suara ataupun video yang berisikan informasi yang baik dengan pihaknya yang lain ataupun perusahaannya.
3. Menurut Atmoko (2012), Instagram ialah sesuatu aplikasi dari *smarphone* yang khususnya didalam media sosial yang menjadi sebuah media digital yang berfungsi serupa dengan twiter, namun bedanya pada pengambilan foto ataupun tempat didalam membagikan informasi pada penggunanya.

#### **2.2.3.2 Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial Instagram**

Kelebihan:

1. Mampu bersifat privasi
2. Memiliki beberapa fitur menarik
3. Menyediakan akun bisnis

Kekurangan:

1. Konteksnya terbatas
2. Kualitas pengunggahan yang turun
3. Diperlukan *update* berskala

### 2.2.3.3 Penggunaan Media Sosial Instagram di Batamnews

Batamnews merupakan portal berita online yang di kelola serta di kembangkan PT. Batam Media Siber yang berbasis di Batam, berdiri tanggal 25 November 2014. Kantor Batamnews berlokasi lengkap di Komplek Ruko Nusantara Golden Blok A No. 1-2 Batam Centre. Batamnews ialah suatu hasil dari kreasi yang muncul dari rasa semangat yang mandiri. Batamnews di kelola jurnalis dan karyawan bidang IT yang mempunyai pengalaman. Batamnews merupakan sarana bagi pembacanya didalam mendistribusikan aspirasinya dengan sarana yang bentuknya berupa forum, yang menggandeng pembaca didalamnya. Selain itu Batamnews juga mengikutsertakan para jurnalis agar lebih aktif didalamnya hingga lahirnya energi yang positif diantara penulis dengan Batamnews. Sebab, Batamnews mempunyai keinginan, bisa dijadikan milik seluruh masyarakat, dengan cirinya yang unik.

**Gambar 2.1**

#### Akun Instagram Batam News



Sumber: Instagram Batam News Online (2022)

*Tag line* Batamnews.co.id ialah *news and lifestyle*. Visi batamnews.co.id ialah agar kota Batam dapat menggloabal serta bisa dijadikan bagian dari *lifestyle*. Batamnews.co.id ditunjang oleh media sosial untuk mendistribusikan berita atau informasi ke masyarakat melalui bermacam media sosial diantaranya instagram. Media sosial instagram dipilih dengan sasaran untuk menjangkau pembaca kaum milenial, penyajian berita melalui instagram yang dipilih karena banyaknya minat kaum milenial dalam membaca berita. Selain itu instagram dipilih dari segi bisnis lebih menguntungkan. Dari Instagram ini para pembaca atau followers akan melihat postingan dan akan tertarik sehingga dengan demikian mereka sudah mengikuti dan melihat berbagai hal yang disajikan oleh media online Batamnews.co.id hal ini menyebabkan followers dari batamnews itu sendiri meningkat tajam hingga mencapai 136 ribu followers dan sudah mendapatkan *verified* atau centang biru dari instagram, yang membuat pembaca lebih percaya kepada Batamnews.co.id. dan menjadikan Batamnews.co.id lebih dikenal dan lebih maju dari sebelumnya.

#### **2.2.4 Kepuasan**

Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Puas bermakna perasaan senang (kelegaan, kegembiraan, dan sebagainya sebab telah dipenuhinya keinginan). Sedangkan kepuasan ialah kelegaan, kegembiraan, dan selanjutnya. Didalam penelitiannya ini kepuasan ialah bisa dipenuhinya seluruh kebutuhan masyarakat luas dari penggunaan media massa berdasar motif serta tujuannya yang tertentu. Didalam meraih kepuasannya, masyarakat luas yang aktif serta harus selektif didalam menentukan media mana yang hendak di gunakan sejalan dengan kebutuhan agar tercapainya rasa puasnya.

Penelitian teori *uses and grativication* di lakukan dengan motif seorang didalam memakai media serta bisa diungkapkan melalui tingkatan kepuasan sesudahnya mengomsumsi media. Philip Plamgreen didalam memperluas konsep *Grativication Sought* (GS) yakni rasa puas yang di inginkan ataupun harapan seseorang didalam memakai ragam media melalui motif, serta *Grativication Obtained* (GO) yakni rasa puasnya yang nyata yang di peroleh sesudah individu

memakai media tertentu, dengan bahasa lain apakah masyarakat luas merasa puas sesudah memakai medianya tersebut. Konsep mengukur rasa puas ini di sebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification obtained* (GO).

### 2.3 Hipotesis

Hipotesis ialah respon sementara yang kevalidannya masih terbilang rendah atau masih belum bisa membuat yakin, sebab jawabannya yang di berikan di dasarkan pada teorinya yang sejalan sedangkan kevalidan pendapatnya memerlukan pengujian (Sugiyono, 2018). Hipotesis pada penelitiannya ini yakni:

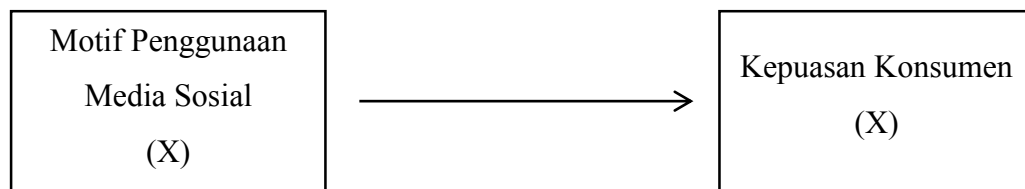
H1: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan mengenai Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Followers @Batamnewsonline).

### 2.4 Kerangka Pemikiran

Didalam kerangka pemikirannya ini di dapatkan dari konsep ilmu ataupun teorinya yang sejalan sebagai dasar penelitiannya yang di dapatkan didalam tinjauan kepustakaan yang di hubungkan sejalan dengan variabelnya yang di teliti (Sugiyono, 2018). Kerangka pemikiran di tujukan didalam memperjelaskan variabelnya yang di teliti hingga item pengukurannya bisa di rinci secara konkret. Kerangka pemikiran didalam penelitiannya ini bisa di rumuskan berikut:

**Gambar 2.2.**

#### **Kerangka Pemikiran**



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2022)

Keterangan:

—————> Pengujian secara Parsial

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada penelitian yang sudah dilakukan pada followers Batam News Online di Instagram, dinyatakan kesimpulannya berikut:

1. Motif penggunaan media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen followers Instagram Batamnews online. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai t hitung (22,007) > t tabel (1,966) dan signifikansinya  $0,000 < 0,05$ .
2. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yakni 0,550. Hal ini menyatakan motif penggunaan media (X) memberikan sumbangan pengaruh pada kepuasan konsumen (Y) sebesar 55%. Artinya motif penggunaan media memengaruhi kepuasan konsumen pada followers media Instagram @Batamnews online.

#### **5.2 Saran/Rekomendasi**

Sejumlah saran serta rekomendasi yang bisa diberikan peneliti sejalan dengan hasil penelitiannya yang sudah dilakukan berikut:

1. Di harapkan pada admin @Batamnews online agar berkelanjutan didalam penyediaan informasi yang berguna terkait kota Batam dan sekitarnya serta lebih mengerti akan kebutuhan followers dengan merespon tiap pertanyaan followers terkait informasi melalui postingan di *feed* ataupun *story*.
2. Untuk memperluas Ilmu Komunikasi yang berhubungan dengan pengaruh media sosial Instagram, di harapkan peneliti berikutnya yang mempunyai ketertarikan meneliti objeknya yang serupa, supaya bisa meneliti diluar faktor yang sudah di sajikan penelitian ini. Hingga bisa diperoleh hasil yang berbeda, sehingga bisa melengkapi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); 1st ed., Issue March). Pustaka Ilmu.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (R. Cipta (ed.)).
- Candra, I. W., Harini, I. G. A., Sumitra, I. N., & Mustika, I. W. (2016). *Psikologi : Landasan keilmuan, praktik keperawatan jiwa*. Andi.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://beritagar.id/artikel/sains-Morissan>.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Kencana (ed.)).
- Naftali, D., & Rusdi, F. (2021). Hubungan Motif Penggunaan Informasi dalam Beauty Journal dengan Kepuasan Pengunjung Website Sociolla.com (Survei Terhadap Perempuan Pengguna Situs Sociolla.com). *Prologia*, 5(1), 74.
- Ningrum, R. K., & Prihantoro, E. (2020). Pengaruh Intensitas Dan Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Kepuasan Mendapatkan Informasi Followers Akun @soloinfo. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK) Vol., Vol. 2 No.(2)*, 60–67.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa* (PT Rajagrafindo Persada (ed.)).
- Safriana, S., & Samatan, N. (2021). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.Id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi Influence Of Social Media Use Motives And Quality Of Instagram Account Information @Indozone.Id On . *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 02(01), 17–25.
- Stanley, B., & Davis, D. (2011). *Mass Commucation Theory : Foundation, fermet and future Edisi Terjemahan* (Kencana (ed.)).
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, CV.
- Suwono, R. D. L. (2021). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Behome.Id Terhadap Kepuasan Followers Dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental. *04(1996)*, 6.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (A. Andi (ed.); Edisi 4).
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar teori komunikasi : analisis dan aplikasi = introducing communication theory : analysis and application* (Edisi 5). Salemba Humanika.
- Willianti, C., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice). *Prologia*, 3(1), 47.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Skripsi



**KUESIONER PENELITIAN**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI (STIKOM)**  
**YOGYAKARTA**

---

Lampiran : Kuesioner Penelitian  
Perihal : Permohonan Bantuan Pengisian Kuesioner Penelitian  
Kepada Yth  
Bapak/Tbu responden  
Di tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan maksud untuk menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Followers @Batamnewsonline)”, maka diperlukan data penelitian sesuai dengan judul tersebut.

Nama : Sugiyanto

NIM : 21055545

Peneliti menyadari sepenuhnya, kuesioner ini sedikit meminta waktu aktivitas Bapak/Tbu yang sangat padat. Namun demikian dengan segala kerendahan hati peneliti memohon kiranya Bapak/Tbu berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kerahasiaan jawaban Bapak/Tbu sepenuhnya dijamin dan jawaban tersebut semata-mata hanya diperlukan untuk kepentingan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi ini. Mohon kuesioner ini diisi sesuai dengan keadaan atau pendapat Saudara/Saudari, Bapak/ibu. Hasil dari responden Saudara/Saudari, Bapak/Tbu dipastikan dijaga kerahasiannya. Atas perhatian serta kerja samanya, peneliti ucapkan Terima Kasih.

Hormat Saya

Sugiyanto  
21055545

### Profil Responden

Beri tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda.

a. Email : \_\_\_\_\_

b. Nama : \_\_\_\_\_

c. Jenis Kelamin

Laki-laki

Perempuan

d. Umur

17 – 24 Tahun

25 – 34 Tahun

35 – 44 Tahun

> 45 Tahun

e. Frekuensi Penggunaan Instagram perhari

Kurang dari 3 kali

Lebih dari 3 kali

### Daftar Pertanyaan

Beri centang (✓) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda.

Keterangan :

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

**Motif Penggunaan Media Sosial (X)**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Indikator: Motif Informasi</b>						
1.	Instagram memberikan saya berita terbaru lewat akun berita kejadian sehari-hari					
2.	Instagram memberikan informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari					
<b>Indikator: Motif Identitas Pribadi</b>						
3.	Saya dapat menemukan panutan (role model) yang saya kagumi melalui Instagram					
4.	Instagram membantu saya memahami tentang diri saya sendiri					
<b>Indikator : Motif Integritas dan Interaksi Sosial</b>						
5.	Saya dapat menyalurkan kepedulian saya terhadap orang lain melalui Instagram					
6.	Banyak issue-issue di instagram yang kerap kali saya perbincangkan dengan teman saya					
<b>Indikator : Motif Hiburan</b>						
7.	Saya menikmati segala fitur, konten dan informasi dari instagram disaat saya sedang santai					
8.	Saya menggunakan instagram untuk melepaskan rasa penat di kala seharian bekerja/berkegiatan					

**Motif Penggunaan Media Sosial (X)**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Indikator: Motif Informasi</b>						
1.	Instagram memberikan saya berita terbaru lewat akun berita kejadian sehari-hari					
2.	Instagram memberikan informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari					
<b>Indikator: Motif Identitas Pribadi</b>						
3.	Saya dapat menemukan panutan (role model) yang saya kagumi melalui Instagram					
4.	Instagram membantu saya memahami tentang diri saya sendiri					
<b>Indikator : Motif Integritas dan Interaksi Sosial</b>						
5.	Saya dapat menyalurkan kepedulian saya terhadap orang lain melalui Instagram					
6.	Banyak issue-issue di instagram yang kerap kali saya perbincangkan dengan teman saya					
<b>Indikator : Motif Hiburan</b>						
7.	Saya menikmati segala fitur, konten dan informasi dari instagram disaat saya sedang santai					
8.	Saya menggunakan instagram untuk melepaskan rasa penat di kala seharian bekerja/berkegiatan					

**Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Indikator: Kesesuaian harapan</b>						
1.	Terpenuhinya keinginan dan harapan konsumen saat mendapatkan informasi yang diberikan					
2.	Informasi yang disajikan oleh akun Instagram Batamnewsonline sesuai dengan harapan konsumen					
<b>Indikator: Minat menggunakan kembali</b>						
3.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke akun Instagram Batamnewsonline karena layanan oleh pihak manajemen Batamnewsonline memuaskan					
4.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke akun Instagram Batamnewsonline karena berita dan informasi yang disampaikan <i>up to date</i>					
<b>Indikator : Kesiediaan merekomendasikan</b>						
5.	Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan ke orang lain untuk memakai aplikasi Instagram dan mengikuti akun Batamnewsonline					
6.	Saya merekomendasikan akun Instagram Batamnewsonline ini kepada kenalan saya karena berita dan informasi yang disampaikan sangat bermanfaat					

## Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

### Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Umur	Frekuensi Penggunaan
1	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
2	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
3	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
4	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
5	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
6	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
7	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
8	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
9	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
10	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
11	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
12	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
13	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
14	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
15	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
16	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
17	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
18	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
19	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
20	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
21	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
22	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
23	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
24	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
25	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
26	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
27	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
28	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
29	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
30	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
31	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
32	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

33	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
34	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
35	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
36	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
37	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
38	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
39	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
40	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
41	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
42	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
43	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
44	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
45	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
46	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
47	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
48	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
49	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
50	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
51	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
52	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
53	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
54	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
55	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
56	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
57	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
58	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
59	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
60	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
61	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
62	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
63	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
64	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
65	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali



66	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
67	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
68	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
69	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
70	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
71	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
72	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
73	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
74	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
75	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
76	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
77	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
78	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
79	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
80	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
81	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
82	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
83	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
84	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
85	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
86	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
87	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
88	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
89	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
90	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
91	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
92	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
93	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
94	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
95	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
96	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
97	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
98	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

99	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
100	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
101	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
102	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
103	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
104	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
105	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
106	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
107	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
108	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
109	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
110	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
111	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
112	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
113	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
114	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
115	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
116	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
117	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
118	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
119	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
120	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
121	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
122	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
123	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
124	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
125	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
126	Perempuan	35-44 Tahun	Lebih dari 3 kali
127	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
128	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
129	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
130	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
131	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

132	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
133	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
134	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
135	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
136	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
137	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
138	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
139	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
140	Laki-laki	35-44 Tahun	Lebih dari 3 kali
141	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
142	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
143	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
144	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
145	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
146	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
147	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
148	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
149	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
150	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
151	Perempuan	35-44 Tahun	Lebih dari 3 kali
152	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
153	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
154	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
155	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
156	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
157	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
158	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
159	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
160	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
161	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
162	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
163	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
164	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

165	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
166	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
167	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
168	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
169	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
170	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
171	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
172	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
173	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
174	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
175	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
176	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
177	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
178	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
179	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
180	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
181	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
182	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
183	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
184	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
185	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
186	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
187	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
188	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
189	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
190	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
191	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
192	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
193	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
194	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
195	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
196	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
197	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali

198	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
199	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
200	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
201	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
202	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
203	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
204	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
205	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
206	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
207	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
208	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
209	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
210	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
211	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
212	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
213	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
214	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
215	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
216	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
217	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
218	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
219	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
220	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
221	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
222	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
223	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
224	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
225	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
226	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
227	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
228	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
229	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
230	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

231	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
232	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
233	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
234	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
235	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
236	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
237	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
238	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
239	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
240	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
241	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
242	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
243	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
244	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
245	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
246	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
247	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
248	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
249	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
250	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
251	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
252	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
253	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
254	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
255	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
256	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
257	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
258	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
259	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
260	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
261	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
262	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
263	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

264	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
265	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
266	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
267	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
268	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
269	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
270	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
271	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
272	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
273	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
274	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
275	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
276	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
277	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
278	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
279	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
280	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
281	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
282	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
283	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
284	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
285	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
286	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
287	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
288	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
289	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
290	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
291	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
292	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
293	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
294	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
295	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
296	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali

297	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
298	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
299	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
300	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
301	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
302	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
303	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
304	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
305	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
306	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
307	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
308	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
309	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
310	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
311	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
312	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
313	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
314	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
315	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
316	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
317	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
318	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
319	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
320	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
321	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
322	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
323	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
324	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
325	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
326	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
327	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
328	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
329	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali



330	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
331	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
332	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
333	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
334	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
335	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
336	Laki-laki	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
337	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
338	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
339	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
340	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
341	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
342	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
343	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
344	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
345	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
346	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
347	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
348	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
349	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
350	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
351	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
352	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
353	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
354	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
355	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
356	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
357	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
358	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
359	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
360	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
361	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
362	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali

363	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
364	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
365	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
366	Perempuan	25-34 Tahun	Kurang dari 3 kali
367	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
368	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
369	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
370	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
371	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
372	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
373	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
374	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
375	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
376	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
377	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
378	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
379	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
380	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
381	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
382	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
383	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
384	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
385	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
386	Laki-laki	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
387	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
388	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
389	Laki-laki	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
390	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
391	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
392	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
393	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
394	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
395	Perempuan	17-24 Tahun	Kurang dari 3 kali
396	Perempuan	25-34 Tahun	Lebih dari 3 kali
397	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
398	Perempuan	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali
399	Laki-laki	17-24 Tahun	Lebih dari 3 kali



34	5	5	5	5	5	4	4	4	37
35	5	5	5	5	4	5	5	5	39
36	4	4	4	4	3	4	4	4	31
37	4	4	4	4	5	5	5	5	36
38	3	3	3	3	4	4	4	4	28
39	3	3	3	3	4	3	4	3	26
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	2	2	2	2	5	3	5	3	24
45	3	3	3	3	3	4	3	4	26
46	4	4	4	4	5	4	5	4	34
47	4	4	4	4	4	5	4	5	34
48	4	4	4	4	4	5	4	5	34
49	5	5	5	5	4	2	4	2	32
50	2	2	2	2	3	4	3	4	22
51	4	4	4	4	3	4	3	4	30
52	4	4	4	4	2	3	2	3	26
53	4	4	4	4	3	3	3	3	28
54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
55	3	3	3	3	2	3	2	3	22
56	3	3	3	3	3	4	3	4	26
57	3	3	3	3	3	4	3	4	26
58	2	2	2	2	3	3	3	3	20
59	3	3	3	3	4	3	4	3	26
60	4	4	4	4	3	3	3	3	28
61	5	5	5	5	4	3	4	3	34
62	3	3	3	3	2	3	2	3	22
63	4	4	4	4	3	3	3	3	28
64	4	4	4	4	4	2	4	2	28
65	4	4	4	4	3	3	3	3	28
66	4	4	4	4	3	4	3	4	30
67	4	4	4	4	3	4	3	4	30
68	3	3	3	3	4	5	4	5	30
69	4	4	4	4	3	4	3	4	30



106	4	5	4	4	4	4	5	4	34
107	5	5	4	5	4	4	5	4	36
108	5	5	5	5	5	5	5	5	40
109	5	5	4	5	4	4	5	4	36
110	5	5	4	5	4	4	5	4	36
111	4	5	4	4	4	4	5	4	34
112	5	5	5	5	5	4	5	4	38
113	4	5	4	4	4	4	5	4	34
114	4	4	4	4	5	5	5	5	36
115	3	4	3	3	4	4	5	4	30
116	3	4	2	3	5	5	5	5	32
117	4	2	2	4	5	4	5	4	30
118	4	4	4	4	5	4	5	4	34
119	4	4	4	4	5	4	5	4	34
120	4	4	4	4	4	4	5	4	33
121	3	3	4	3	5	4	5	4	31
122	4	3	4	4	5	4	5	4	33
123	3	3	4	3	5	5	5	5	33
124	3	4	3	3	4	4	5	4	30
125	3	4	3	3	4	4	5	4	30
126	2	3	4	2	4	4	4	4	27
127	4	3	4	4	5	5	5	5	35
128	3	4	5	3	5	5	5	5	35
129	5	4	4	5	5	5	4	5	37
130	3	4	4	3	4	4	5	4	31
131	4	4	4	4	4	4	5	4	33
132	5	5	5	5	4	4	5	4	37
133	5	3	4	5	4	4	4	4	33
134	4	5	5	4	5	4	5	4	36
135	4	4	4	4	4	4	4	4	32
136	4	5	5	4	5	4	5	4	36
137	4	5	5	4	5	4	5	4	36
138	4	4	5	4	5	4	4	4	34
139	4	4	5	4	5	4	4	4	34
140	5	5	4	5	4	5	5	5	38
141	4	5	5	4	5	4	5	4	36

142	4	5	4	4	4	4	5	4	34
143	5	4	4	5	4	4	4	4	34
144	4	5	4	4	4	4	5	4	34
145	4	5	5	4	5	4	5	4	36
146	4	3	3	4	3	3	4	3	27
147	4	3	3	4	3	3	4	3	27
148	4	3	3	4	3	3	4	3	27
149	5	4	4	5	4	4	3	4	33
150	4	4	4	4	4	4	3	4	31
151	4	3	3	4	3	3	4	3	27
152	4	3	3	4	3	3	4	3	27
153	4	4	4	4	4	4	5	4	33
154	4	4	4	4	4	4	4	4	32
155	4	4	4	4	4	4	4	4	32
156	4	5	5	4	4	4	4	4	34
157	5	3	3	5	5	5	5	5	36
158	5	5	4	5	3	3	4	3	32
159	4	4	2	4	4	4	4	4	30
160	4	4	4	4	4	4	5	4	33
161	5	4	4	5	4	4	4	4	34
162	5	4	4	5	4	4	5	4	35
163	4	3	3	4	3	3	5	3	28
164	5	4	4	5	4	4	5	4	35
165	3	4	4	3	5	5	4	5	33
166	4	3	4	4	4	4	4	4	31
167	5	5	3	5	3	3	3	3	30
168	4	4	3	4	4	4	5	4	32
169	5	3	4	5	3	3	4	3	30
170	4	5	4	4	4	4	5	4	34
171	5	3	4	5	4	4	4	4	33
172	5	5	4	5	4	4	5	4	36
173	3	4	5	3	3	3	5	3	29
174	4	4	3	4	5	5	5	5	35
175	5	3	3	5	5	5	5	5	36
176	4	4	4	4	3	3	4	3	29
177	5	5	5	5	4	4	5	4	37

178	4	5	4	4	4	5	5	5	36
179	5	4	3	5	4	4	4	4	33
180	4	3	3	4	5	5	4	5	33
181	3	4	4	3	4	4	5	4	31
182	4	3	4	4	4	5	4	5	33
183	5	5	4	5	5	4	4	4	36
184	5	4	4	5	4	4	5	4	35
185	4	5	4	4	4	4	4	4	33
186	4	4	4	4	5	5	4	5	35
187	4	3	3	4	5	5	4	5	33
188	4	4	4	4	4	4	5	4	33
189	3	5	5	3	5	4	4	4	33
190	4	5	5	4	5	4	4	4	35
191	4	4	4	4	3	2	2	2	25
192	5	4	4	5	5	4	4	4	35
193	4	3	3	4	1	2	3	2	22
194	5	3	3	5	2	3	4	3	28
195	4	4	4	4	2	4	2	4	28
196	4	4	4	4	2	2	4	2	26
197	4	5	5	4	5	5	5	5	38
198	4	4	4	4	3	3	4	3	29
199	5	2	2	5	5	4	4	4	31
200	4	3	3	4	4	2	5	2	27
201	5	4	4	5	4	4	5	4	35
202	3	4	4	3	4	4	4	4	30
203	5	4	4	5	4	4	5	4	35
204	4	5	5	4	3	3	3	3	30
205	4	2	2	4	4	4	4	4	28
206	4	4	4	4	4	4	5	4	33
207	3	4	4	3	3	4	4	4	29
208	3	4	4	3	5	3	5	3	30
209	2	3	3	2	4	3	4	3	24
210	3	3	3	3	3	4	5	4	28
211	3	3	3	3	5	4	5	4	30
212	2	3	3	2	3	4	3	4	24
213	3	2	2	3	5	4	4	4	27



214	3	3	3	3	4	5	5	5	31
215	3	4	4	3	4	3	4	3	28
216	4	5	5	4	3	3	5	3	32
217	3	3	3	3	4	4	4	4	28
218	4	4	4	4	5	5	5	5	36
219	2	4	4	2	5	4	4	4	29
220	3	4	4	3	4	3	3	3	27
221	4	4	4	4	3	3	4	3	29
222	3	4	4	3	4	4	5	4	31
223	3	3	3	3	3	4	5	4	28
224	3	4	4	3	5	4	4	4	31
225	4	2	2	4	4	4	4	4	28
226	3	4	4	3	5	4	4	4	31
227	3	2	2	3	4	4	4	4	26
228	3	4	4	3	3	3	3	3	26
229	2	4	4	2	4	4	4	4	28
230	4	2	2	4	5	5	4	5	31
231	3	4	4	3	5	5	5	5	34
232	5	2	2	5	4	4	4	4	30
233	3	4	4	3	4	4	5	4	31
234	4	3	3	4	3	3	4	3	27
235	5	3	3	5	3	3	4	3	29
236	5	3	3	5	4	4	4	4	32
237	3	3	3	3	4	4	4	4	28
238	4	3	3	4	5	5	5	5	34
239	4	4	4	4	4	4	4	4	32
240	4	4	4	4	2	2	5	2	27
241	3	3	3	3	3	3	3	3	24
242	3	3	3	3	4	4	5	4	29
243	4	4	4	4	4	4	4	4	32
244	4	4	4	4	4	4	4	4	32
245	5	4	4	5	5	5	4	5	37
246	4	4	4	4	2	2	3	2	25
247	4	5	5	4	4	4	3	4	33
248	4	3	3	4	4	4	2	4	28
249	5	4	4	5	4	4	3	4	33

250	4	4	4	4	3	3	3	3	28
251	4	4	4	4	3	3	2	3	27
252	5	4	4	5	3	3	3	3	30
253	4	3	3	4	3	3	3	3	26
254	5	4	4	5	2	2	3	2	27
255	5	5	5	5	3	3	4	3	33
256	5	4	4	5	4	4	3	4	33
257	4	5	4	4	5	5	4	5	36
258	5	5	5	5	3	3	2	3	31
259	4	5	5	4	4	4	3	4	33
260	5	3	4	5	4	4	4	4	33
261	5	4	4	5	4	4	3	4	33
262	4	2	5	4	4	4	3	4	30
263	4	4	5	4	4	4	3	4	32
264	5	4	4	5	3	3	4	3	31
265	5	4	5	5	4	4	3	4	34
266	4	3	3	4	2	2	3	2	23
267	4	4	4	4	4	4	3	4	31
268	4	4	5	4	2	2	2	2	25
269	3	4	4	3	4	4	4	4	30
270	3	3	5	3	4	4	3	4	29
271	4	3	4	4	2	2	5	2	26
272	4	4	5	4	4	4	3	4	32
273	4	4	5	4	2	2	4	2	27
274	4	4	3	4	4	4	5	4	32
275	3	4	4	3	3	3	5	3	28
276	4	5	5	4	3	3	3	3	30
277	3	3	4	3	3	3	4	3	26
278	3	3	5	3	3	3	4	3	27
279	3	4	4	3	3	3	4	3	27
280	2	5	5	2	4	4	3	4	29
281	4	4	4	4	4	4	3	4	31
282	3	3	3	3	3	3	4	3	25
283	5	3	4	5	3	3	4	3	30
284	3	4	5	3	4	4	5	4	32
285	4	4	5	4	4	4	4	4	33

286	5	4	4	5	4	4	4	4	34
287	5	4	4	5	4	4	4	4	34
288	4	4	4	4	5	5	5	5	36
289	3	4	4	3	3	3	4	3	27
290	3	3	3	3	4	4	4	4	28
291	4	4	4	4	4	4	5	4	33
292	4	5	4	4	4	4	4	4	33
293	4	5	5	4	4	4	5	4	35
294	4	4	4	4	3	3	5	3	30
295	3	4	5	3	4	4	5	4	32
296	4	3	4	4	5	5	4	5	34
297	3	3	4	3	5	5	4	5	32
298	3	4	4	3	4	4	3	4	29
299	3	4	4	3	5	5	4	5	33
300	2	5	5	2	5	4	4	4	31
301	4	4	4	4	5	5	5	5	36
302	3	2	5	3	5	5	5	5	33
303	5	3	3	5	5	4	5	4	34
304	3	4	5	3	5	5	5	5	35
305	4	4	4	4	5	4	4	4	33
306	5	4	4	5	5	5	5	5	38
307	5	5	4	4	5	4	5	4	36
308	5	5	5	5	4	4	4	4	36
309	3	3	3	3	5	4	5	4	30
310	4	5	4	4	4	4	4	4	33
311	2	4	2	2	3	4	3	4	24
312	4	4	4	4	4	4	4	4	32
313	4	4	4	4	5	4	5	4	34
314	4	4	4	4	5	5	5	5	36
315	3	3	3	3	4	5	4	5	30
316	4	4	4	4	4	4	3	4	31
317	4	4	4	4	4	4	3	4	31
318	4	3	4	4	3	5	4	5	32
319	3	5	3	3	4	5	4	5	32
320	3	4	3	3	3	5	3	5	29
321	4	3	4	4	3	5	4	5	32

322	4	5	4	4	4	5	3	5	34
323	4	3	4	4	4	5	3	5	32
324	4	5	4	4	5	5	5	5	37
325	5	4	5	5	4	5	3	5	36
326	3	4	3	3	3	4	4	4	28
327	3	3	3	3	4	5	4	5	30
328	4	4	4	4	4	5	4	5	34
329	5	5	5	5	4	4	4	4	36
330	4	5	4	4	4	4	3	4	32
331	3	4	3	3	5	5	4	5	32
332	3	3	3	3	5	4	5	4	30
333	4	4	4	4	4	4	4	4	32
334	4	3	4	4	4	5	4	5	33
335	4	5	4	4	5	4	4	4	34
336	4	4	4	4	5	4	4	4	33
337	4	5	4	4	4	4	4	4	33
338	4	4	4	4	5	5	4	5	35
339	3	3	3	3	3	4	3	4	26
340	4	4	4	4	4	4	4	4	32
341	5	5	5	5	5	4	4	4	37
342	5	5	5	5	4	5	5	5	39
343	4	4	4	4	3	4	4	4	31
344	4	4	4	4	5	5	5	5	36
345	3	3	3	3	4	4	4	4	28
346	3	3	3	3	4	3	4	3	26
347	4	4	4	4	4	4	4	4	32
348	4	4	4	4	4	4	4	4	32
349	5	5	5	5	5	5	5	5	40
350	4	4	4	4	4	4	4	4	32
351	2	2	2	2	5	3	5	3	24
352	3	3	3	3	3	4	3	4	26
353	4	4	4	4	5	4	5	4	34
354	4	4	4	4	4	5	4	5	34
355	4	4	4	4	4	5	4	5	34
356	5	5	5	5	4	2	4	2	32
357	2	2	2	2	3	4	3	4	22

358	4	4	4	4	3	4	3	4	30
359	4	4	4	4	2	3	2	3	26
360	4	4	4	4	3	3	3	3	28
361	3	3	3	3	3	3	3	3	24
362	3	3	3	3	2	3	2	3	22
363	3	3	3	3	3	4	3	4	26
364	3	3	3	3	3	4	3	4	26
365	2	2	2	2	3	3	3	3	20
366	3	3	3	3	4	3	4	3	26
367	4	4	4	4	3	3	3	3	28
368	5	5	5	5	4	3	4	3	34
369	3	3	3	3	2	3	2	3	22
370	4	4	4	4	3	3	3	3	28
371	4	4	4	4	4	2	4	2	28
372	4	4	4	4	3	3	3	3	28
373	4	4	4	4	3	4	3	4	30
374	4	4	4	4	3	4	3	4	30
375	3	3	3	3	4	5	4	5	30
376	4	4	4	4	3	4	3	4	30
377	2	2	2	2	3	3	3	3	20
378	4	4	4	4	3	2	3	2	26
379	2	2	2	2	2	3	2	3	18
380	4	4	4	4	4	5	4	5	34
381	4	4	4	4	3	3	3	3	28
382	2	2	2	2	5	3	5	3	24
383	4	4	4	4	3	3	3	3	28
384	2	2	2	2	4	3	4	3	22
385	4	4	4	4	5	3	5	3	32
386	3	3	3	3	5	5	5	5	32
387	3	3	3	3	3	4	3	4	26
388	3	3	3	3	4	4	4	4	28
389	3	3	3	3	4	4	4	4	28
390	3	3	3	3	4	4	4	4	28
391	4	4	4	4	3	5	3	5	32
392	4	4	4	4	3	4	3	4	30
393	3	3	3	3	4	4	4	4	28

394	3	3	3	3	4	4	4	4	28
395	4	4	4	4	5	4	5	4	34
396	4	4	4	4	4	4	4	4	32
397	4	4	4	4	4	4	4	4	32
398	4	4	4	4	4	4	4	4	32
399	5	5	5	5	5	5	5	5	40

**Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No	KEPUASAN KONSUMEN (Y)						TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	5	4	5	5	28
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	3	3	20
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	4	5	4	5	5	28
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	5	4	5	4	4	26
9	4	4	3	4	4	4	23
10	4	4	3	4	4	4	23
11	3	5	4	5	3	3	23
12	4	5	4	5	4	4	26
13	3	5	3	5	3	3	22
14	3	5	4	5	3	3	23
15	4	5	3	5	4	4	25
16	4	5	3	5	4	4	25
17	5	5	5	5	5	5	30
18	4	5	3	5	4	4	25
19	3	4	4	4	3	3	21
20	4	5	4	5	4	4	26
21	4	5	4	5	4	4	26
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	3	4	4	4	23
24	5	5	4	5	5	5	29
25	5	4	5	4	5	5	28
26	4	4	4	4	4	4	24

27	4	5	4	5	4	4	26
28	5	4	4	4	5	5	27
29	5	4	4	4	5	5	27
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	4	5	5	5	29
32	3	4	3	4	3	3	20
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	4	4	4	5	5	27
35	4	5	5	5	4	4	27
36	3	4	4	4	3	3	21
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	3	4	3	4	4	22
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	3	5	3	5	5	26
45	3	4	3	4	3	3	20
46	5	4	5	4	5	5	28
47	4	5	4	5	4	4	26
48	4	5	4	5	4	4	26
49	4	2	4	2	4	4	20
50	3	4	3	4	3	3	20
51	3	4	3	4	3	3	20
52	2	3	2	3	2	2	14
53	3	3	3	3	3	3	18
54	3	3	3	3	3	3	18
55	2	3	2	3	2	2	14
56	3	4	3	4	3	3	20
57	3	4	3	4	3	3	20
58	3	3	3	3	3	3	18
59	4	3	4	3	4	4	22
60	3	3	3	3	3	3	18
61	4	3	4	3	4	4	22
62	2	3	2	3	2	2	14

63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	2	4	2	4	4	20
65	3	3	3	3	3	3	18
66	3	4	3	4	3	3	20
67	3	4	3	4	3	3	20
68	4	5	4	5	4	4	26
69	3	4	3	4	3	3	20
70	3	3	3	3	3	3	18
71	3	2	3	2	3	3	16
72	2	3	2	3	2	2	14
73	4	5	4	5	4	4	26
74	3	3	3	3	3	3	18
75	5	3	5	3	5	5	26
76	3	3	3	3	3	3	18
77	4	3	4	3	4	4	22
78	5	3	5	3	5	5	26
79	5	5	5	5	5	5	30
80	3	4	3	4	3	3	20
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	4	4	24
84	3	5	3	5	3	3	22
85	3	4	3	4	3	3	20
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	4	5	4	5	5	28
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	4	24
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	5	4	5	4	4	26
95	5	5	5	5	5	5	30
96	4	5	4	5	4	4	26
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	30



99	5	5	5	5	5	5	30
100	4	4	4	4	4	4	24
101	4	4	5	4	4	4	25
102	5	4	5	4	4	4	26
103	5	5	5	5	5	5	30
104	4	4	5	4	4	4	25
105	5	5	5	5	5	5	30
106	4	4	5	4	4	4	25
107	4	4	5	4	4	4	25
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	4	5	4	4	4	25
110	4	4	5	4	4	4	25
111	4	4	5	4	4	4	25
112	5	4	5	4	4	4	26
113	4	4	5	4	4	4	25
114	5	5	5	5	5	5	30
115	4	4	5	4	4	4	25
116	5	5	5	5	5	5	30
117	5	4	5	4	4	4	26
118	5	4	5	4	4	4	26
119	5	4	5	4	4	4	26
120	4	4	5	4	4	4	25
121	5	4	5	4	4	4	26
122	5	4	5	4	4	4	26
123	5	5	5	5	5	5	30
124	4	4	5	4	4	4	25
125	4	4	5	4	4	4	25
126	4	4	4	4	4	4	24
127	5	5	5	5	5	5	30
128	5	5	5	5	5	5	30
129	5	5	4	5	5	5	29
130	4	4	5	4	4	4	25
131	4	4	5	4	4	4	25
132	4	4	5	4	4	4	25
133	4	4	4	4	4	4	24
134	5	4	5	4	4	4	26

135	4	4	4	4	4	4	24
136	5	4	5	4	4	4	26
137	5	4	5	4	4	4	26
138	5	4	4	4	4	4	25
139	5	4	4	4	4	4	25
140	4	5	5	5	5	5	29
141	5	4	5	4	4	4	26
142	4	4	5	4	4	4	25
143	4	4	4	4	4	4	24
144	4	4	5	4	4	4	25
145	5	4	5	4	4	4	26
146	3	3	4	3	4	4	21
147	3	3	4	3	4	4	21
148	3	3	4	3	4	4	21
149	4	4	3	4	3	3	21
150	4	4	3	4	3	3	21
151	3	3	4	3	4	4	21
152	3	3	4	3	4	4	21
153	4	4	5	4	5	5	27
154	4	4	4	4	4	4	24
155	4	4	4	4	4	4	24
156	4	4	4	4	4	4	24
157	5	5	5	5	5	5	30
158	3	3	4	3	4	4	21
159	4	4	4	4	4	4	24
160	4	4	5	4	5	5	27
161	4	4	4	4	4	4	24
162	4	4	5	4	5	5	27
163	3	3	5	3	5	5	24
164	4	4	5	4	5	5	27
165	5	5	4	5	4	4	27
166	4	4	4	4	4	4	24
167	3	3	3	3	3	3	18
168	4	4	5	4	5	5	27
169	3	3	4	3	5	5	23
170	4	4	5	4	5	5	27

171	4	4	4	4	4	4	24
172	4	4	5	4	5	5	27
173	3	3	5	3	5	5	24
174	5	5	5	5	4	4	28
175	5	5	5	5	5	5	30
176	3	3	4	3	4	4	21
177	4	4	5	4	4	4	25
178	4	5	5	5	5	5	29
179	4	4	4	4	4	4	24
180	5	5	4	5	5	5	29
181	4	4	5	4	4	4	25
182	4	5	4	5	5	5	28
183	5	4	4	4	4	4	25
184	4	4	5	4	4	4	25
185	4	4	4	4	4	4	24
186	5	5	4	5	5	5	29
187	5	5	4	5	5	5	29
188	4	4	5	4	4	4	25
189	5	4	4	4	4	4	25
190	5	4	4	4	4	4	25
191	3	2	2	2	2	2	13
192	5	4	4	4	4	4	25
193	1	2	3	2	2	2	12
194	2	3	4	3	3	3	18
195	2	4	2	4	4	4	20
196	2	2	4	2	2	2	14
197	5	5	5	5	5	5	30
198	3	3	4	3	3	3	19
199	5	4	4	4	4	4	25
200	4	2	5	2	2	2	17
201	4	4	5	4	4	4	25
202	4	4	4	4	4	4	24
203	4	4	5	4	4	4	25
204	3	3	3	3	3	3	18
205	4	4	4	4	4	4	24
206	4	4	5	4	4	4	25

207	3	4	4	4	4	4	23
208	5	3	5	3	3	3	22
209	4	3	4	3	3	3	20
210	3	4	5	4	4	4	24
211	5	4	5	4	4	4	26
212	3	4	3	4	4	4	22
213	5	4	4	4	4	4	25
214	4	5	5	5	5	5	29
215	4	3	4	3	3	3	20
216	3	3	5	3	3	3	20
217	4	4	4	4	4	4	24
218	5	5	5	5	5	5	30
219	5	4	4	4	4	4	25
220	4	3	3	3	3	3	19
221	3	3	4	3	3	3	19
222	4	4	5	4	4	4	25
223	3	4	5	4	4	4	24
224	5	4	4	4	4	4	25
225	4	4	4	4	4	4	24
226	5	4	4	4	4	4	25
227	4	4	4	4	4	4	24
228	3	3	3	3	3	3	18
229	4	4	4	4	4	4	24
230	5	5	4	5	5	5	29
231	5	5	5	5	5	5	30
232	4	4	4	4	4	4	24
233	4	4	5	4	4	4	25
234	3	3	4	3	3	3	19
235	3	3	4	3	3	3	19
236	4	4	4	4	4	4	24
237	4	4	4	4	4	4	24
238	5	5	5	5	5	5	30
239	4	4	4	4	4	4	24
240	2	2	5	2	2	2	15
241	3	3	3	3	3	3	18
242	4	4	5	4	4	4	25

243	4	4	4	4	4	4	24
244	4	4	4	4	4	4	24
245	5	5	4	5	5	5	29
246	2	2	3	2	2	2	13
247	4	4	3	4	4	4	23
248	4	4	2	4	4	4	22
249	4	4	3	4	4	4	23
250	3	3	3	3	3	3	18
251	3	3	2	3	3	3	17
252	3	3	3	3	3	3	18
253	3	3	3	3	3	3	18
254	2	2	3	2	2	2	13
255	3	3	4	3	3	3	19
256	4	4	3	4	4	4	23
257	5	5	4	5	5	5	29
258	3	3	2	3	3	3	17
259	4	4	3	4	4	4	23
260	4	4	4	4	4	4	24
261	4	4	3	4	4	4	23
262	4	4	3	4	4	4	23
263	4	4	3	4	4	4	23
264	3	3	4	3	3	3	19
265	4	4	3	4	4	4	23
266	2	2	3	2	2	2	13
267	4	4	3	4	4	4	23
268	2	2	2	2	2	2	12
269	4	4	4	4	4	4	24
270	4	4	3	4	4	4	23
271	2	2	5	2	2	2	15
272	4	4	3	4	4	4	23
273	2	2	4	2	2	2	14
274	4	4	5	4	4	4	25
275	3	3	5	3	3	3	20
276	3	3	3	3	3	3	18
277	3	3	4	3	3	3	19
278	3	3	4	3	3	3	19

279	3	3	4	3	3	3	19
280	4	4	3	4	4	4	23
281	4	4	3	4	4	4	23
282	3	3	4	3	3	3	19
283	3	3	4	3	3	3	19
284	4	4	5	4	4	4	25
285	4	4	4	4	4	4	24
286	4	4	4	4	4	4	24
287	4	4	4	4	4	4	24
288	5	5	5	5	5	5	30
289	3	3	4	3	3	3	19
290	4	4	4	4	4	4	24
291	4	4	5	4	4	4	25
292	4	4	4	4	4	4	24
293	4	4	5	4	4	4	25
294	3	3	5	3	3	3	20
295	4	4	5	4	4	4	25
296	5	5	4	5	5	5	29
297	5	5	4	5	5	5	29
298	4	4	3	4	3	3	21
299	5	5	4	5	4	4	27
300	5	4	4	4	5	5	27
301	5	5	5	5	5	5	30
302	5	5	5	5	5	5	30
303	5	4	5	4	4	4	26
304	5	5	5	5	5	5	30
305	5	4	4	4	5	5	27
306	5	5	5	5	5	5	30
307	5	4	5	4	4	5	27
308	4	4	4	4	4	4	24
309	5	4	5	4	5	5	28
310	4	4	4	4	4	4	24
311	3	4	3	4	3	3	20
312	4	4	4	4	4	4	24
313	5	4	5	4	5	5	28
314	5	5	5	5	5	5	30

315	4	5	4	5	4	4	26
316	4	4	3	4	4	4	23
317	4	4	3	4	4	4	23
318	3	5	4	5	3	3	23
319	4	5	4	5	4	4	26
320	3	5	3	5	3	3	22
321	3	5	4	5	3	3	23
322	4	5	3	5	4	4	25
323	4	5	3	5	4	4	25
324	5	5	5	5	5	5	30
325	4	5	3	5	4	4	25
326	3	4	4	4	3	3	21
327	4	5	4	5	4	4	26
328	4	5	4	5	4	4	26
329	4	4	4	4	4	4	24
330	4	4	3	4	4	4	23
331	5	5	4	5	5	5	29
332	5	4	5	4	5	5	28
333	4	4	4	4	4	4	24
334	4	5	4	5	4	4	26
335	5	4	4	4	5	5	27
336	5	4	4	4	5	5	27
337	4	4	4	4	4	4	24
338	5	5	4	5	5	5	29
339	3	4	3	4	3	3	20
340	4	4	4	4	4	4	24
341	5	4	4	4	5	5	27
342	4	5	5	5	4	4	27
343	3	4	4	4	3	3	21
344	5	5	5	5	5	5	30
345	4	4	4	4	4	4	24
346	4	3	4	3	4	4	22
347	4	4	4	4	4	4	24
348	4	4	4	4	4	4	24
349	5	5	5	5	5	5	30
350	4	4	4	4	4	4	24

351	5	3	5	3	5	5	26
352	3	4	3	4	3	3	20
353	5	4	5	4	5	5	28
354	4	5	4	5	4	4	26
355	4	5	4	5	4	4	26
356	4	2	4	2	4	4	20
357	3	4	3	4	3	3	20
358	3	4	3	4	3	3	20
359	2	3	2	3	2	2	14
360	3	3	3	3	3	3	18
361	3	3	3	3	3	3	18
362	2	3	2	3	2	2	14
363	3	4	3	4	3	3	20
364	3	4	3	4	3	3	20
365	3	3	3	3	3	3	18
366	4	3	4	3	4	4	22
367	3	3	3	3	3	3	18
368	4	3	4	3	4	4	22
369	2	3	2	3	2	2	14
370	3	3	3	3	3	3	18
371	4	2	4	2	4	4	20
372	3	3	3	3	3	3	18
373	3	4	3	4	3	3	20
374	3	4	3	4	3	3	20
375	4	5	4	5	4	4	26
376	3	4	3	4	3	3	20
377	3	3	3	3	3	3	18
378	3	2	3	2	3	3	16
379	2	3	2	3	2	2	14
380	4	5	4	5	4	4	26
381	3	3	3	3	3	3	18
382	5	3	5	3	5	5	26
383	3	3	3	3	3	3	18
384	4	3	4	3	4	4	22
385	5	3	5	3	5	5	26
386	5	5	5	5	5	5	30



387	3	4	3	4	3	3	20
388	4	4	4	4	4	4	24
389	4	4	4	4	4	4	24
390	4	4	4	4	4	4	24
391	3	5	3	5	3	3	22
392	3	4	3	4	3	3	20
393	4	4	4	4	4	4	24
394	4	4	4	4	4	4	24
395	5	4	5	4	5	5	28
396	4	4	4	4	4	4	24
397	4	4	4	4	4	4	24
398	4	4	4	4	4	4	24
399	5	5	5	5	5	5	30

## Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS

### Karakteristik Responden

		Jenis_Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laki-laki	120	30.1	30.1	30.1
	Perempuan	279	69.9	69.9	100.0
	Total	399	100.0	100.0	

		Umur			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	17-24 Tahun	327	82.0	82.0	82.0
	25-34 Tahun	69	17.3	17.3	99.2
	35-44 Tahun	3	.8	.8	100.0
	Total	399	100.0	100.0	

		Frekuensi_Penggunaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Kurang dari 3 kali	98	24.6	24.6	24.6
	Lebih dari 3 kali	301	75.4	75.4	100.0
	Total	399	100.0	100.0	

# Uji Kualitas Data

## Uji Validitas

		Correlations								Motif_Penggunaa
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	n
X.1	Pearson Correlation	1	.501**	.519**	.998**	.101*	.072	.130**	.072	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.044	.152	.010	.152	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.2	Pearson Correlation	.501**	1	.729**	.497**	.173**	.114*	.164**	.114*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.022	.001	.022	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.3	Pearson Correlation	.519**	.729**	1	.520**	.162**	.088	.117**	.088	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.080	.019	.080	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.4	Pearson Correlation	.998**	.497**	.520**	1	.097	.072	.126*	.072	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.053	.153	.012	.153	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.5	Pearson Correlation	.101*	.173**	.162**	.097	1	.582**	.622**	.582**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.044	.001	.001	.053		.000	.000	.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.6	Pearson Correlation	.072	.114*	.088	.072	.582**	1	.318**	1.000**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.152	.022	.080	.153	.000		.000	.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.7	Pearson Correlation	.130**	.164**	.117**	.126*	.622**	.318**	1	.318**	.556**
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.019	.012	.000	.000		.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
X.8	Pearson Correlation	.072	.114*	.088	.072	.582**	1.000**	.318**	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.152	.022	.080	.153	.000	.000	.000		.000
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399
Motif_Penggunaan	Pearson Correlation	.666**	.649**	.633**	.664**	.657**	.632**	.556**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	399	399	399	399	399	399	399	399	399

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

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

		Correlations						Kepuasan_Konsu
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	men
Y.1	Pearson Correlation	1	.582**	.622**	.582**	.841**	.843**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399
Y.2	Pearson Correlation	.582**	1	.318**	1.000**	.597**	.596**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399
Y.3	Pearson Correlation	.622**	.318**	1	.318**	.643**	.646**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399
Y.4	Pearson Correlation	.582**	1.000**	.318**	1	.597**	.596**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399
Y.5	Pearson Correlation	.841**	.597**	.643**	.597**	1	.998**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	399	399	399	399	399	399	399
Y.6	Pearson Correlation	.843**	.596**	.646**	.596**	.998**	1	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	399	399	399	399	399	399	399
Kepuasan_Konsumen	Pearson Correlation	.888**	.803**	.708**	.803**	.926**	.927**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	399	399	399	399	399	399	399

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

## Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	8

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	27.22	12.829	.533	.760
X.2	27.22	12.878	.507	.764
X.3	27.24	13.108	.494	.766
X.4	27.22	12.851	.531	.760
X.5	27.11	12.762	.514	.763
X.6	27.09	13.143	.495	.766
X.7	27.02	13.480	.392	.783
X.8	27.09	13.143	.495	.766

### Reliability Statistics

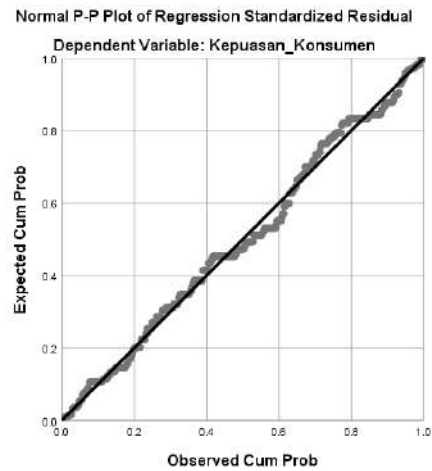
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	19.69	10.927	.828	.894
Y.2	19.67	11.786	.716	.910
Y.3	19.60	12.186	.580	.929
Y.4	19.67	11.786	.716	.910
Y.5	19.71	10.934	.889	.886
Y.6	19.71	10.920	.889	.886

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas



### Uji Linearitas

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3539.526	1	3539.526	484.301	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2901.482	397	7.309		
	Total	6441.008	398			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Motif\_Penggunaan

### Uji Regresi Linear Sederhana

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.840	1.043		.805	.421		
	Motif_Penggunaan	.734	.033	.741	22.007	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

## Uji Hipotesis

### Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.840	1.043		.805	.421		
	Motif_Penggunaan	.734	.033	.741	22.007	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

### Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 <sup>a</sup>	.550	.548	2.703

a. Predictors: (Constant), Motif\_Penggunaan

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Lampiran 4 Tabel

Tabel R

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.32	0.413
4	0.95	0.99	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.38
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.33
18	0.468	0.59	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.22	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.23
27	0.381	0.487	150	0.159	0.21
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.47	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.08	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.43	800	0.07	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

**Tabel T**

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,694	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,692	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,691	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,690	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,689	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,688	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
31	0,682	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744
32	0,682	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738
33	0,682	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733
34	0,682	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728
35	0,682	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724
36	0,681	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719
37	0,681	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715
38	0,681	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712
39	0,681	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
41	0,681	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701
42	0,680	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	0,680	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695
44	0,680	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692
45	0,680	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	0,680	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	0,680	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	0,680	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	0,680	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680
50	0,679	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	0,679	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	0,679	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674



DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
53	0,679	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	0,679	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	0,679	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	0,679	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	0,679	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	0,679	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	0,679	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	0,679	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	0,678	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	0,678	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656
64	0,678	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655
65	0,678	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	0,678	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	0,678	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	0,678	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	0,678	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	0,678	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	0,678	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647
72	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	0,678	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	0,678	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	0,678	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643
76	0,678	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	0,678	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	0,678	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640
79	0,678	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640
80	0,678	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639
81	0,678	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638
82	0,677	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637
83	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
84	0,677	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
85	0,677	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635
86	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
87	0,677	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
88	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633
89	0,677	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
90	0,677	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632
91	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631
92	0,677	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630
93	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630
94	0,677	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629
95	0,677	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629
96	0,677	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628
97	0,677	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627
98	0,677	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627
99	0,677	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626
100	0,677	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626
101	0,677	1,290	1,660	1,984	2,364	2,625
102	0,677	1,290	1,660	1,983	2,363	2,625
103	0,677	1,290	1,660	1,983	2,363	2,624
104	0,677	1,290	1,660	1,983	2,363	2,624

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
105	0,677	1,290	1,659	1,983	2,362	2,623
106	0,677	1,290	1,659	1,983	2,362	2,623
107	0,677	1,290	1,659	1,982	2,362	2,623
108	0,677	1,289	1,659	1,982	2,361	2,622
109	0,677	1,289	1,659	1,982	2,361	2,622
110	0,677	1,289	1,659	1,982	2,361	2,621
111	0,677	1,289	1,659	1,982	2,360	2,621
112	0,677	1,289	1,659	1,981	2,360	2,620
113	0,677	1,289	1,658	1,981	2,360	2,620
114	0,677	1,289	1,658	1,981	2,360	2,620
115	0,677	1,289	1,658	1,981	2,359	2,619
116	0,677	1,289	1,658	1,981	2,359	2,619
117	0,677	1,289	1,658	1,980	2,359	2,619
118	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,618
119	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,618
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
121	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
122	0,677	1,289	1,657	1,980	2,357	2,617
123	0,676	1,288	1,657	1,979	2,357	2,616
124	0,676	1,288	1,657	1,979	2,357	2,616
125	0,676	1,288	1,657	1,979	2,357	2,616
126	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,615
127	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,615
128	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,615
129	0,676	1,288	1,657	1,979	2,356	2,614
130	0,676	1,288	1,657	1,978	2,355	2,614
131	0,676	1,288	1,657	1,978	2,355	2,614
132	0,676	1,288	1,656	1,978	2,355	2,614
133	0,676	1,288	1,656	1,978	2,355	2,613
134	0,676	1,288	1,656	1,978	2,354	2,613
135	0,676	1,288	1,656	1,978	2,354	2,613
136	0,676	1,288	1,656	1,978	2,354	2,612
137	0,676	1,288	1,656	1,977	2,354	2,612
138	0,676	1,288	1,656	1,977	2,354	2,612
139	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,612
140	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611
141	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611
142	0,676	1,288	1,656	1,977	2,353	2,611
143	0,676	1,287	1,656	1,977	2,353	2,611
144	0,676	1,287	1,656	1,977	2,353	2,610
145	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,610
146	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,610
147	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,610
148	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,609
149	0,676	1,287	1,655	1,976	2,352	2,609
150	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,609
151	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,609
152	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,609
153	0,676	1,287	1,655	1,976	2,351	2,608
154	0,676	1,287	1,655	1,975	2,351	2,608
155	0,676	1,287	1,655	1,975	2,351	2,608

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
156	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608
157	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608
158	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,607
159	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607
160	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607
161	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607
162	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607
163	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606
164	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606
165	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606
166	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606
167	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606
168	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605
169	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605
170	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605
171	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605
172	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605
173	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605
174	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604
175	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604
176	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604
177	0,676	1,286	1,654	1,973	2,348	2,604
178	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604
179	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604
180	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
181	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
182	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
183	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
184	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
185	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
186	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603
187	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602
188	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602
189	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602
190	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602
191	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602
192	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602
193	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602
194	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601
195	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601
196	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601
197	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601
198	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601
199	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601
200	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601
201	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,601
202	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600
203	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600
204	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600
205	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600
206	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600
207	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
208	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600
209	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600
210	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599
211	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599
212	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599
213	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599
214	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599
215	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,599
216	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599
217	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599
218	0,676	1,285	1,652	1,971	2,344	2,599
219	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
220	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
221	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
222	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
223	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
224	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
225	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
226	0,676	1,285	1,652	1,971	2,343	2,598
227	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,598
228	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,598
229	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,597
230	0,676	1,285	1,652	1,970	2,343	2,597
231	0,676	1,285	1,651	1,970	2,343	2,597
232	0,676	1,285	1,651	1,970	2,343	2,597
233	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
234	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
235	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
236	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
237	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
238	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
239	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,597
240	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
241	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
242	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
243	0,676	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
244	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
245	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
246	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
247	0,675	1,285	1,651	1,970	2,342	2,596
248	0,675	1,285	1,651	1,970	2,341	2,596
249	0,675	1,285	1,651	1,970	2,341	2,596
250	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,596
251	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,596
252	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
253	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
254	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
255	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
256	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
257	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
258	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
259	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
260	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
261	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
262	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
263	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
264	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
265	0,675	1,285	1,651	1,969	2,341	2,595
266	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594
267	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594
268	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594
269	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594
270	0,675	1,285	1,651	1,969	2,340	2,594
271	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
272	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
273	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
274	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
275	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
276	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
277	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
278	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
279	0,675	1,285	1,650	1,969	2,340	2,594
280	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,594
281	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593
282	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593
283	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593
284	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593
285	0,675	1,285	1,650	1,968	2,340	2,593
286	0,675	1,285	1,650	1,968	2,339	2,593
287	0,675	1,285	1,650	1,968	2,339	2,593
288	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
289	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
290	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
291	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
292	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
293	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
294	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
295	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
296	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,593
297	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
298	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
299	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
300	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
301	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
302	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
303	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
304	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
305	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
306	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
307	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
308	0,675	1,284	1,650	1,968	2,339	2,592
309	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592
310	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592
311	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
312	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592
313	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592
314	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592
315	0,675	1,284	1,650	1,968	2,338	2,592
316	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
317	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
318	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
319	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
320	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
321	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
322	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
323	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
324	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
325	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
326	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
327	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
328	0,675	1,284	1,650	1,967	2,338	2,591
329	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
330	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
331	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
332	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
333	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
334	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
335	0,675	1,284	1,649	1,967	2,338	2,591
336	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,591
337	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
338	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
339	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
340	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
341	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
342	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
343	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
344	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
345	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
346	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
347	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
348	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
349	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
350	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
351	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
352	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
353	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
354	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
355	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
356	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
357	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
358	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
359	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
360	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
361	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,590
362	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589
363	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
364	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589
365	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
366	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
367	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
368	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
369	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
370	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
371	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
372	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
373	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
374	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
375	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
376	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
377	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
378	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
379	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
380	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
381	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
382	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
383	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
384	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
385	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
386	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
387	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
388	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
389	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
390	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
391	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
392	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
393	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
394	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
395	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
396	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
397	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
398	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
399	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
400	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
401	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
402	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
403	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
404	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
405	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
406	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
407	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
408	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588
409	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
410	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
411	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
412	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
413	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
414	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588
415	0,675	1,284	1,649	1,966	2,335	2,588