



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 83 responden mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Indragiri di tembilang dan analisis data menggunakan SPSS serta pendekatan SWOT, dapat disimpulkan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti valid dan reliabel. Seluruh pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara konsisten, sehingga layak digunakan untuk menggambarkan hubungan antara penggunaan SPayLater dan perilaku belanja konsumen.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara penggunaan layanan SPayLater terhadap perilaku belanja konsumen. Mahasiswa yang menggunakan fitur ini cenderung mengalami peningkatan frekuensi dan intensitas belanja, termasuk pada jenis pembelian yang tidak direncanakan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan SPayLater dapat mendorong perilaku belanja konsumen, terutama di kalangan pengguna muda.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh syarat asumsi klasik, sehingga hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dinyatakan sah dan dapat dipercaya. Hal ini menandakan bahwa pengaruh yang ditemukan dalam penelitian ini tidak disebabkan oleh kesalahan data atau pelanggaran asumsi statistik.



Melalui analisis SWOT, diketahui bahwa SPayLater memiliki kekuatan utama dalam hal kemudahan penggunaan, kecepatan aktivasi, dan fleksibilitas pembayaran. Namun, ada pula kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti kecenderungan pengguna melakukan pembelian impulsif dan kurangnya kontrol keuangan. Dari sisi eksternal, SPayLater memiliki peluang besar di tengah meningkatnya adopsi digital oleh generasi muda, tetapi juga dihadapkan pada ancaman seperti persaingan platform sejenis dan risiko keuangan pribadi akibat penggunaan yang tidak bijak. Oleh karena itu, pemahaman dan literasi keuangan yang baik sangat diperlukan agar pengguna dapat memanfaatkan layanan ini secara cerdas dan bertanggung jawab.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pihak-pihak terkait:

1. Bagi penyedia layanan SPayLater, disarankan untuk lebih aktif memberikan edukasi kepada pengguna terkait literasi keuangan, khususnya dalam penggunaan layanan PayLater secara bijak. Edukasi ini penting untuk mengurangi risiko perilaku konsumtif, pembelian impulsif, dan potensi penumpukan utang. Edukasi dapat diberikan melalui fitur dalam aplikasi, kampanye media sosial, webinar, atau kerja sama dengan influencer dan tokoh publik yang fokus pada edukasi finansial.
2. Bagi pengguna SPayLater, disarankan untuk meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab dalam mengelola keuangan pribadi. Pengguna perlu memahami

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



bahwa kemudahan akses kredit digital bukan berarti semua kebutuhan harus dipenuhi secara instan. Membuat anggaran belanja, mencatat pengeluaran, dan mengontrol pembelian merupakan langkah sederhana namun efektif untuk menghindari pemborosan dan ketergantungan terhadap layanan kredit.

3. Terkait Kelemahan Internal, penyedia layanan perlu melakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap batas limit kredit yang diberikan. Penyesuaian ini sebaiknya disesuaikan dengan profil dan kebutuhan pengguna agar tetap aman dan proporsional. Penetapan limit kredit yang terlalu rendah dapat menghambat fleksibilitas pengguna dalam bertransaksi, sedangkan limit yang terlalu tinggi dapat memicu penggunaan yang berlebihan.
4. Terkait Ancaman Eksternal, mengingat saat ini banyak aplikasi lain yang juga menyediakan fitur PayLater, maka diperlukan strategi diferensiasi layanan dari SPayLater agar tetap kompetitif. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan pelayanan pelanggan, fitur keamanan transaksi, serta program loyalitas pengguna yang lebih menarik. Penguatan posisi merek dan kepercayaan pengguna menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing di tengah ketatnya persaingan industri fintech. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas cakupan dengan menambahkan variabel lain yang juga dapat memengaruhi perilaku belanja konsumen, seperti pengaruh media sosial, gaya hidup, tingkat literasi keuangan, atau faktor psikologis lainnya. Penambahan variabel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap pola konsumsi generasi digital saat ini.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., Jasin, & Khodri. (2019). *Manajemen pemasaran: Konsep dan praktek* Medan: Perdana Publishing.
- Aftika, S., Hanif, H., & Devi, Y. (2022). Pengaruh penggunaan sistem pembayaran ShopeePayLater “Bayar Nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 87–106.
- Astuti, M., Sembiring, R., & Argo, J. G. (2023). *Strategi pemasaran digital dan perilaku teknologi pada society 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Candra. (n.d., 2022). Analisis SWOT dalam strategi bisnis.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Perilaku konsumen: Sikap dan pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis *multivariate* dengan program *IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Herawati, & Putra, A. S. (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Jurnal On Education*, 5(2), 4170–4178.
- Huda, M. (2017). Pengaruh merchandising dan promotion terhadap impulse buying pada konsumen Toko Basmalah Sidogiri. *Journal Knowledge Industrial Engineering*, 4(1), 15–22.
- Kolinung, M. S., Mananeke, L., Tampenawas, J. L. A., & Brand, P. (2022). The effect of ambassador brand and brand image on Revlon cosmetic purchase decision (Case study on Sam Ratulangi University students). *Jurnal EMBA*, 10(3), 101–111.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (4th ed.).
- Nugraha, J. P., dkk. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*.
- Prastiwi, I. E., & Fitri, T. N. (2021). Konsep PayLater online shopping dalam pandangan ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(1), 425–432.



- Rismayadi, A. A., Dede, K. D., & Iedam, F. A. (2020). Analisis kepuasan pengguna Shopee PayLater menggunakan model DeLone & McLean sebagai media pengajuan kredit online. *Jurnal Responsif: Riset Sains dan Informatika*, 2(2), 190–197.
- Santoso, S. (2021). Mengolah data statistik secara profesional. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis & ekonomi (Cet. 1). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Cetakan Kedua Puluh Dua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian administrasi dilengkapi dengan metode R&D (Cet. 23). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- T. Hani Handoko. 2018. Manajemen, Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.
- Widyawati, *et al.* (2024). Perilaku Konsumen: Esensi, Posisi, Dan Strategi. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Wulandari, D. (2020). Analisis SWOT pada produk IB Multiguna Bank Jateng Syariah Kcps Semarang Barat.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

“DAMPAK PENGGUNAAN SPAYLATER TERHADAP PERILAKU BELANJA KONSUMEN” (Studi Kasus pada Pengguna SPayLater di Kalangan Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri di Tembilahan).

Puji Syukur saya panjatkan Kepada Allah SWT atas terselesainya penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Dampak Penggunaan SPayLater terhadap Perilaku Belanja Konsumen, saya Suci Ariska dengan NIM: 101211010037 Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin :
Status Sudah Bekerja/ belum :
Angkatan :
Semester :

II. INTRUKSI PENGISIAN

1. Pilihlah Jawaban pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan indikator yang tertera
2. Setiap pertanyaan/ pernyataan hanya dapat dipilih satu jawaban
3. Silahkan jawab yang paling sesuai dengan kondisi yang anda alami sesuai dengan indikator pada kolom tabel dibawah ini . Setiap pertanyaan/ pernyataan dijawab menggunakan 5 pilihan jawaban berdasarkan Skala Likert, sebagai berikut:



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

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

PERTANYAAN/ PERNYATAAN KUESIONER

Variabel	Indikator	Pertanyaan / Pernyataan	STS	S	N	TS	SS
SPayLater (X)	1. Kemudahan dalam penggunaan SPayLater	1. SPayLater mudah diaktifkan dan digunakan dalam transaksi					
		2. Limit kredit yang diberikan SPayLater sesuai dengan kebutuhan					
	2. Tingkat Kepuasan terhadap durasi pembayaran	1. SPayLater menyediakan durasi pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan					
		2. Tidak mengalami kesulitan dalam menyesuaikan durasi pembayaran SPayLater dengan kondisi keuangan					
	3. Pengaruh SPayLater terhadap perilaku belanja	1. Lebih cenderung membeli barang yang sebelumnya tidak saya rencanakan sejak menggunakan SPayLater					
		2. SPayLater membantu membeli barang-barang yang dibutuhkan meskipun belum memiliki dana penuh					



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Perilaku Belanja Konsumen (Y)	4. Proses pengambilan keputusan sebelum membeli	1. Mempertimbangkan ulasan dan rating produk sebelum membeli suatu produk					
		2. Rekomendasi dari teman atau keluarga mempengaruhi keputusan pembelian					
	5. Perilaku saat membeli	1. Mempertimbangkan harga sebagai faktor utama sebelum membeli suatu produk					
		2. Lebih memilih membeli produk yang sedang diskon atau promo					
	6. Tingkat Kepuasan selama menggunakan produk/jasa	1. Merasa puas dengan kualitas produk/ jasa yang dibeli					
		2. Besar kemungkinan akan menggunakan kembali produk/jasa ini dimasa depan					
	7. Evaluasi setelah menghabiskan produk/jasa	1. Produk/jasa ini memberikan manfaat sesuai dengan yang diharapkan					
		2. Produk/jasa ini memenuhi harapan berdasarkan deskripsi atau promosi yang diberikan					



TANGGAPAN RESPONDEN

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	3	4	4
2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
3	5	5	5	4	1	4	5	4	5	5	4	3	4	4
4	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	3	3	4
5	3	4	4	4	2	5	5	5	4	3	3	4	4	4
6	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4
8	4	5	5	4	2	5	5	4	5	5	4	3	4	5
9	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4
11	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
12	4	3	2	4	2	4	4	4	5	5	4	2	4	4
13	2	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4
14	2	2	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4
15	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
16	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
17	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
18	4	3	3	3	2	4	5	4	5	4	3	4	4	4
19	4	2	2	4	1	4	4	2	4	5	4	4	4	4
20	3	4	4	2	3	4	5	4	5	5	3	3	3	3
21	1	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
22	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3
23	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
24	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3
25	4	2	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3
26	5	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4
27	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	3	1	4	5	2	5	3	3	4	3	3
29	3	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	5
31	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
32	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4
34	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4
35	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
37	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	3	3	4	4
38	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
40	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
41	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4
42	3	4	4	2	2	4	4	3	5	5	4	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
44	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
45	4	4	4	4	2	3	5	4	4	5	4	3	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

46	4	3	4	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4
47	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	4	4	2	4	5	4	4	5	5	3	3	4
49	5	5	5	3	2	5	5	3	5	3	3	4	4	4
50	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4
51	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4
53	4	4	4	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	3
54	5	3	4	4	3	5	5	3	3	5	4	4	4	3
55	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	3	2	4	5	2	4	5	3	2	3	4
57	4	4	3	3	2	5	4	3	4	4	4	3	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	3
60	4	4	4	4	2	2	5	4	4	5	4	3	3	4
61	4	3	3	3	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3
62	4	4	4	3	2	5	4	3	5	5	5	5	5	4
63	4	3	4	4	2	4	5	4	5	4	4	3	3	4
64	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5
65	3	2	4	4	2	5	5	4	5	5	3	4	4	3
66	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4
68	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
69	5	1	3	4	5	5	5	5	5	5	3	1	5	4
70	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
72	4	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4
73	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
75	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4
76	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
77	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4
79	2	3	2	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	4
80	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	3	3	4
81	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	3	3	4
83	4	2	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



OLAH DATA SPSS VERSI 23,00

1. Uji Validitas

Variabel SPayLater (X)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.186	.302	.261	-.065	.207	.552
	Sig. (2-tailed)		.092	.006	.017	.557	.060	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P2	Pearson Correlation	.186	1	.370	.020	-.111	.007	.451
	Sig. (2-tailed)	.092		.001	.861	.320	.951	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P3	Pearson Correlation	.302	.370	1	.177	.066	.211	.634
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.110	.554	.055	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P4	Pearson Correlation	.261	.020	.177	1	.142	.020	.459
	Sig. (2-tailed)	.017	.861	.110		.200	.858	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P5	Pearson Correlation	-.065	-.111	.066	.142	1	.198	.513
	Sig. (2-tailed)	.557	.320	.554	.200		.072	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
P6	Pearson Correlation	.207	.007	.211	.020	.198	1	.514
	Sig. (2-tailed)	.060	.951	.055	.858	.072		.000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Total	Pearson Correlation	.552	.451	.634	.459	.513	.514	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.