



DAFTAR PUSTAKA

- Abi Mantara, M., & Nyoman Yulianthini, N. (2022). *Faktor-Faktor yang menentukan Keputusan Pembelian secara Online di Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDIKSHA*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol. 4 No.2.
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). *Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y*. Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Vol.3 No.1. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80>
- Afifah, S. N., & Prabowo, R. E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Di Aan Cell Kaliwungu Kendal)*. Jesya, Vol.6 No.1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.890>
- Andrian, dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Anggara, Bobby Putra. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Club*. Universitas Mulawarman Samarinda
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk (B. Nasution (ed.))*. PT Inovasi Pratama Internasional
- Bagus, Theo Yunanto, 2025. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio*, Universitas Widya Dharma Klaten
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2020). *Faktor-Faktor Peningkat Minat Beli Pelanggan Elevenia di Kota Semarang*. Solusi, 18(2).
- Dharmmesta, Basu Swastha, and Hani Handoko. 2022. *Manajemen Pemasaran*. BPFE-Yogyakarta.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan 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.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. 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

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.

Universitas Islam Indragiri

Fandy Tjiptono., (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Edisi 1., Yogyakarta: CV. Andi

Ghozali, I. (2021), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Kesepuluh*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Huwaidy, Fahmi. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Bekasi*. Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah. Jakarta.

Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). *Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler, Kevin Lane Keller ; Alih Bahasa Bob Sabran. Jurnal Manajemen Dan Entrepreneurship*, 6(3). Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. UK : Pearson

Mamonto, Felisa Windy, dkk. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru*. Jurnal Emba Vol. 9 No.2.

Moko, Wahdiyat, dkk. (2021). *Manajemen Kinerja Teori Dan Praktik*. Malang: UB Press.

Naufal, Azmi. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ADV150*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Reni Febriani. 2020. *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/ Brand Ambassador, Harga dan Desain Produk yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian*. Jurnal Pendidikan Universitas Banten Jaya. Vol. 3 No. 1.

Satriadi, & dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).



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

- Setiawan, B. P. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian)*. *Journal of Business and Innovation Management*, Volume 3, Nomor 3.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif* (2022). Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed)
- Tamara, Cici Dwi. 2024. *Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Coyntury Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*. Vol. 2 No. 2
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Wahid, Abdul Muzakir & Siti Apriliani. 2024. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Nmax di Dealer Yamaha Jayamandiri Gemasejati Bojong Gede Kabupaten Bogor*. *Jurnal Ilmiah Swarna Manajemen*, Vol. 2 No. 2



LAMPIRAN 1 KUESIONER

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses mental dan tindakan konsumen dalam memilih dan akhirnya membeli sepeda motor Yamaha NMAX setelah mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kualitas produk, desain, promosi, harga, dan kebutuhan pribadi.

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Seberapa sering Anda merasa perlu mengganti sepeda motor sebelum memutuskan membeli Yamaha N-MAX					
2	Apa alasan utama yang mendorong Anda menyadari kebutuhan untuk membeli sepeda motor Yamaha N-MAX					
3	Sejauh mana Anda mencari informasi sebelum memutuskan untuk membeli Yamaha N-MAX					
4	Sumber informasi apa yang paling Anda andalkan saat mencari informasi tentang Yamaha N-MAX					
5	Sebelum membeli Yamaha N-MAX, apakah Anda membandingkan dengan merek atau tipe sepeda motor lain (misalnya Honda PCX, Aerox, dll.)					
6	Faktor apa yang paling Anda pertimbangkan saat membandingkan Yamaha N-MAX dengan sepeda motor lain					
7	Saya merasa puas setelah membeli Yamaha N-MAX dan tidak menyesali keputusan pembelian tersebut					

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 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. 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
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan 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.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

8	Setelah membeli Yamaha N-MAX, saya merekomendasikan produk ini kepada orang lain (keluarga, teman, atau rekan kerja)					
---	--	--	--	--	--	--

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sejauh mana sepeda motor tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan penggunanya berdasarkan sejumlah aspek penting.

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Performa mesin Yamaha N-MAX sangat baik dan sesuai dengan kebutuhan berkendara saya sehari-hari					
2	Yamaha N-MAX mampu memberikan akselerasi dan kenyamanan yang stabil saat digunakan dalam perjalanan jauh maupun dekat					
3	Fitur-fitur yang dimiliki Yamaha N-MAX (seperti ABS, smart key, panel digital, dll.) sangat membantu dan memudahkan penggunaan sepeda motor					
4	Saya merasa fitur yang ditawarkan Yamaha N-MAX lebih unggul dibandingkan dengan sepeda motor lain di kelasnya					
5	Saya yakin Yamaha N-MAX merupakan sepeda motor yang dapat diandalkan untuk penggunaan jangka panjang tanpa sering mengalami masalah					
6	Yamaha N-MAX memiliki spesifikasi dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup saya					



- 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 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.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

7	Tampilan desain dan bentuk Yamaha N-MAX terlihat menarik dan memiliki nilai estetika yang tinggi.					
8	Kualitas Yamaha N-MAX yang saya terima sesuai dengan informasi dan spesifikasi yang dijanjikan sebelum pembelian					
9	Yamaha N-MAX memiliki kualitas yang tepat dan konsisten sebagaimana yang saya harapkan dari produk premium					

Promosi

Promosi adalah segala bentuk upaya yang dilakukan oleh perusahaan (dalam hal ini Yamaha atau dealer resminya) untuk menginformasikan, membujuk, dan memengaruhi konsumen agar tertarik dan membeli produk Yamaha N-MAX.

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Seberapa menarik iklan Yamaha N-MAX yang Anda lihat di media (TV, media sosial, brosur, dll)					
2	Apakah iklan Yamaha N-MAX memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai fitur dan keunggulan produk					
3	Seberapa besar pengaruh iklan Yamaha N-MAX terhadap keputusan Anda untuk membeli sepeda motor tersebut					
4	Apakah promosi penjualan seperti diskon, hadiah langsung, atau program cicilan memengaruhi keputusan Anda dalam membeli sepeda motor Yamaha N-MAX					



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

5	Apakah penjelasan langsung dari tenaga penjual (sales) membantu Anda memahami keunggulan Yamaha N-MAX					
6	Seberapa besar pengaruh pendekatan pribadi dari tenaga penjual terhadap keputusan Anda membeli Yamaha N-MAX					
7	Informasi dan citra positif yang disampaikan oleh Yamaha melalui kegiatan hubungan masyarakat (seperti sponsorship, event, atau publikasi) memengaruhi pandangan saya terhadap produk N-MAX					

Desain Produk

Desain produk adalah bentuk, tampilan, dan rancangan keseluruhan sepeda motor yang mencakup aspek estetika, ergonomis, serta fungsionalitas, yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan, daya tarik visual, dan kemudahan penggunaan bagi konsumen.

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Desain dan gaya (<i>style</i>) Yamaha N-MAX sesuai dengan kepribadian dan citra diri yang ingin saya tampilkan					
2	Saya merasa bahwa Yamaha N-MAX memiliki daya tahan yang baik untuk penggunaan jangka Panjang					
3	Yamaha N-MAX jarang mengalami kerusakan dan dapat diandalkan untuk digunakan sehari-hari					



4	Saya percaya bahwa Yamaha N-MAX tetap berfungsi dengan baik dalam berbagai kondisi jalan dan cuaca					
5	Yamaha N-MAX mudah diperbaiki dan suku cadangnya mudah ditemukan ketika terjadi kerusakan					

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA

1. Keputusan Pembelian (Y)

Res	Pernyataan								Jumlah (Y)
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	4	3	3	3	4	2	26
2	4	2	3	3	2	3	4	2	23
3	3	4	4	5	4	3	4	4	31
4	2	2	3	1	2	3	4	2	19
5	2	3	3	2	3	4	3	3	23
6	2	3	2	4	3	4	4	2	24
7	2	3	2	3	3	3	4	4	24
8	3	4	3	3	2	3	4	4	26
9	2	2	3	2	2	3	4	3	21
10	3	2	4	2	3	3	2	4	23
11	3	3	3	1	2	2	1	3	18
12	2	4	3	2	3	3	4	4	25
13	2	3	3	3	2	2	4	3	22
14	3	4	3	3	3	3	4	4	27
15	4	3	4	3	3	3	3	4	27
16	3	2	3	3	3	4	4	3	25
17	4	3	2	3	3	3	2	4	24
18	4	3	3	4	5	5	3	3	30
19	3	4	4	5	5	3	3	3	30
20	3	4	3	3	4	4	5	5	31
21	4	4	5	4	5	5	4	4	35
22	4	3	3	2	3	3	4	4	26
23	3	3	2	3	2	2	4	3	22
24	4	5	4	5	4	4	5	5	36
25	2	1	3	4	3	3	2	2	20
26	5	4	3	4	4	4	3	3	30

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

2. Penggunaan 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. 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

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

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

27	3	3	4	3	5	3	3	4	28
28	3	2	1	2	1	2	2	3	16
29	4	4	2	3	3	3	4	4	27
30	3	3	2	4	4	4	5	3	28
31	4	3	4	4	3	3	3	4	28
32	3	2	3	2	3	3	2	2	20
33	3	2	3	3	3	3	4	4	25
34	3	4	4	3	5	5	4	4	32
35	4	5	5	4	5	5	4	4	36
36	4	4	3	4	4	3	3	3	28
37	4	4	5	4	5	5	5	4	36
38	3	4	5	4	4	4	3	3	30
39	4	5	5	3	4	4	4	5	34
40	3	4	5	3	4	4	5	5	33

2. Kualitas Produk (X₁)

Res	Pernyataan									Jumlah (X ₁)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33
2	4	4	3	2	3	3	4	4	4	31
3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	30
4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	37
5	2	2	3	3	4	4	3	3	3	27
6	2	3	3	4	3	3	3	4	4	29
7	5	3	4	4	3	3	3	4	4	33
8	2	2	3	3	2	3	2	3	3	23
9	3	4	4	4	4	4	4	3	3	33
10	4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
11	3	3	3	4	3	3	4	4	4	31
12	5	4	3	4	4	5	5	4	3	37
13	3	4	3	5	4	5	5	4	5	38
14	3	4	3	3	4	4	3	4	4	32
15	2	3	2	3	2	3	3	3	2	23
16	2	2	2	3	3	3	3	2	2	22
17	4	4	3	4	3	3	4	4	4	33
18	5	3	4	3	5	5	4	4	5	38
19	3	4	3	4	3	3	3	4	4	31
20	3	4	3	3	4	4	4	3	4	32



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan 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.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan dapat dikenakan sanksi.
 - peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

21	1	2	1	3	2	2	3	3	1	18
22	2	3	3	4	3	3	4	4	2	28
23	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
24	5	3	3	5	3	4	3	3	5	34
25	3	3	3	4	4	4	4	3	5	33
26	4	4	2	3	3	3	2	2	2	25
27	4	4	2	3	3	3	3	4	4	30
28	3	3	2	4	3	2	2	4	4	27
29	3	3	2	3	3	3	3	2	2	24
30	3	3	2	4	3	3	4	3	4	29
31	3	3	2	2	3	3	3	2	3	24
32	5	5	3	4	4	4	5	3	3	36
33	4	4	2	2	3	3	4	5	3	30
34	3	3	2	4	3	4	4	3	2	28
35	4	4	2	4	3	3	4	5	2	31
36	4	5	5	5	4	4	3	3	3	36
37	3	3	4	5	4	4	4	3	3	33
38	4	4	5	4	5	5	4	4	4	39
39	4	4	3	3	5	4	4	3	3	33
40	4	2	2	5	3	3	3	4	4	30

3. Promosi (X2)

Res	Pernyataan							Jumlah (X2)
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	4	3	3	26
2	4	5	4	3	4	3	3	26
3	3	3	4	3	3	3	4	23
4	2	3	3	2	3	3	2	18
5	5	3	4	3	4	4	3	26
6	4	3	3	2	3	3	2	20
7	4	3	3	4	3	4	3	24
8	2	3	2	3	2	2	3	17
9	4	3	3	4	4	4	3	25
10	5	5	4	4	4	5	5	32
11	2	3	3	3	2	2	3	18
12	3	2	3	4	2	2	4	20
13	3	3	4	3	4	4	3	24
14	3	2	3	2	3	3	3	19



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

15	4	4	3	3	3	3	4	24
16	2	2	3	2	2	2	3	16
17	3	4	4	3	4	4	3	25
18	3	2	3	4	4	3	3	22
19	3	3	3	4	4	4	3	24
20	3	3	3	3	2	2	4	20
21	2	3	3	3	3	2	2	18
22	3	3	2	3	2	3	2	18
23	3	3	4	2	4	4	3	23
24	5	3	4	3	4	4	5	28
25	4	3	2	2	3	2	2	18
26	4	4	3	3	3	3	4	24
27	4	4	4	3	4	4	3	26
28	3	4	4	3	4	4	3	25
29	4	3	3	3	4	4	3	24
30	3	3	4	3	4	4	3	24
31	2	3	2	2	2	3	3	17
32	5	3	5	4	5	5	4	31
33	4	4	3	4	4	4	3	26
34	3	3	4	4	3	3	4	24
35	3	4	3	3	4	4	3	24
36	5	4	5	4	4	3	4	29
37	4	3	2	2	3	3	4	21
38	2	2	3	2	3	3	2	17
39	3	2	3	3	2	2	3	18
40	2	2	3	4	3	4	3	21

4. Desain (X₃)

Res	Pernyataan					Jumlah (X ₃)
	1	2	3	4	5	
1	4	3	4	4	3	18
2	4	3	4	5	4	20
3	3	2	3	3	2	13
4	3	2	3	2	3	13
5	2	3	4	4	3	16
6	3	3	3	4	4	17
7	3	4	4	4	3	18
8	3	3	2	4	4	16



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan 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.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. 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

9	5	5	4	4	4	22
10	4	4	3	4	3	18
11	3	2	3	3	3	14
12	3	2	3	5	4	17
13	3	2	3	4	4	16
14	2	3	3	2	2	12
15	4	4	3	4	4	19
16	2	3	4	3	3	15
17	4	3	3	3	4	17
18	4	3	3	2	3	15
19	3	2	3	3	2	13
20	2	3	3	3	3	14
21	2	3	2	2	3	12
22	3	3	2	3	4	15
23	5	4	4	5	5	23
24	4	2	4	2	3	15
25	2	2	3	4	2	13
26	4	3	3	3	4	17
27	4	4	5	5	5	23
28	3	4	4	4	4	19
29	4	3	3	3	4	17
30	5	4	3	3	4	19
31	4	2	3	3	4	16
32	3	3	4	3	3	16
33	4	3	4	4	4	19
34	4	3	3	3	4	17
35	4	3	4	3	3	17
36	4	4	5	4	5	22
37	3	2	3	3	2	13
38	4	3	4	4	3	18
39	4	3	3	3	4	17
40	2	2	3	2	3	12



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

5. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	25	66,04%
Perempuan	15	33,96%
Jumlah	40	100%

6. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Presentase
<20	7	3	10	25%
21-30	15	12	27	67,5%
31-40	3	0	3	7,5%
>40 Tahun	0	0	0	%
Jumlah	25	15	40	100%

7. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	10	9	19	47,5%
Karyawan	9	3	12	30%
Wiraswasta	1	0	1	2,5%
Lainnya	5	3	8	20%
Jumlah	25	15	40	100%