

## DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J. F., et. al. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa.
- Engel, J.F., Blackwell, Rd., dan Miniard, DW. 1995. *Perilaku Konsumen, Terjemahan*. Jilid 1. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fathanul, Vichqi (2022) *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's. (Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur)*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Fitriani, Eni. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo*. Kendari. Skripsi.
- Fournier, S. (1998). *Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research*. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.
- Frindy dan Purba, T. (2020). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Alco Jaya Raya di Kota Batam*. *Jurnal EMBA Vol. 8, No. 3*, Hal. 25 – 33
- Griffin, Jill. (2005). *Coustumer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Ahli Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya dkk. Jakarta: Erlangga.
- Hayes, Bob E. 2008. *The True Test Of Loyalty*. *Quality Progress Magazine*, Vol. 6, No. 41, Hal. 20.
- Heri, Sudarsono (2008), *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, Cetakan ke dua
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management*. Pearson.
- Lovelock, C.H. dan L.K Wright. (2010). *Management Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia

- Maharani, Astri Dhiah. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro.
- McKnight, D. Harrison, dkk. 2002. Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research Journal*.
- McKnight, D. Harrison, dkk. 2002. *Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology*. *Information Systems Research Journal*.
- Rofiah, C. dan Wahyudi, D. (2016). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *EKSIS*, Vol 12, No. 1, Hal. 69 – 82. Diakses pada Juni dari <http://www.ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/81>.
- Salim, K.F. et all. (2015). Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di TX Travel Klampis. Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Mnajemen*, Vol 3, No 1 (2015).
- Samsudin, S. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Di Pt Nutrifood, Kotamadya Bogor. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 1(2), 179–193. <https://doi.org/10.31334/trans.v1i2.302>
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Gojek). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.

## Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

# Penelitian Tentang Faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen Hewan Kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (MBC)

Di bawah ini terdapat sejumlah pertanyaan (kuisisioner) yang akan digunakan sebagai bahan (data) penelitian, mengenai Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Hewan Kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (MBC), karena itu diharapkan kiranya dalam menjawab pertanyaan sedapat mungkin obyektif dan betul-betul dari pikiran serta yang dirasakan saan ini, disamping itu dihindari mendiskusikan jawaban dengan rekan kerja/ teman.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerja sama diucapkan terima kasih.

Muhammad Akbar  
Mahasiswa Peternakan  
Universitas Hasanuddin.

Nama Pribadi/ Unit Organisasi / Tempat berkurban (Mesjid, RPH, dan lainnya)

(  )

Telah berkurban dua kali atau lebih dengan hewan kurban yang dibeli dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

Ya

Tidak

Idul Kurban Tahun 2023 membeli hewan kurban dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (Membeli/ Tidak membeli)

Membeli

Tidak membeli

Idul Kurban Tahun 2022 membeli hewan kurban dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (Membeli/ Tidak membeli)

Membeli

Tidak Membeli

Hewan kurban yang saya beli memiliki kondisi kesehatan yang baik

Sangat setuju

Setuju

Kurang setuju

Tidak setuju

Saya puas dengan kondisi fisik dan kesehatan hewan kurban yang saya beli dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

Sangat setuju

Setuju

Kurang setuju

Tidak setuju

Saya memilih hewan kurban yang menjalani proses pemotongan dan pengolahan yang higienis dan PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa menyediakannya.

Sangat setuju

Setuju

Kurang setuju

Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memprioritaskan Kesehatan, kesejahteraan, serta keamanan dan kebersihan hewan kurban selama proses pengelolaan dan penyembelihan hewan kurban dalam operasional mereka

Sangat setuju

Setuju

Kurang setuju

Tidak setuju

Penting proses pemotongan dan pengolahan yang higienis bagi saya dalam memilih jasa pemotongan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memberikan informasi yang jelas dan terperinci tentang produk hewan kurban yang mereka sediakan.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya menikmati variasi dalam memilih ukuran hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya senang memiliki pilihan variasi ukuran hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa **terbatas** dalam pilihan jika PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa hanya menyediakan satu jenis hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya jarang mengalami kehabisan stok saat membeli hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya cenderung mencari alternatif tempat lain jika PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa **tidak** memiliki variasi jenis dan ukuran hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya memilih hewan kurban yang memiliki sertifikasi kesehatan resmi dan hewan kurban yang saya beli dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memiliki sertifikat kesehatan yang sah

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Penting sertifikasi kesehatan bagi saya dalam memilih hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memiliki reputasi yang baik dalam menyediakan produk dan jasa pemotongan hewan kurban berkualitas

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya **ragu** PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa dapat konsisten dalam menyediakan produk dan jasa pemotongan hewan kurban berkualitas\*

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Harga hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa terjangkau bagi saya

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa puas dengan harga hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa harga hewan kurban sesuai dengan kualitasnya dan PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa menyediakan variasi ukuran hewan kurban dengan harga yang berbeda

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Biaya jasa pemotongan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa cukup murah

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa biaya jasa pemotongan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa sangat wajar dengan kualitas yang diberikan

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa **terbebani** dengan harga jasa pemotongan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Harga produk hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa sangat kompetitif dibandingkan dengan pesaing lain

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa terdorong untuk membeli produk hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa karena harganya yang kompetitif

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa harga produk hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa **terlalu tinggi** dibandingkan dengan pesaing lain.\*

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju



PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa dikenal sebagai perusahaan yang berintegritas tinggi dalam menjalankan bisnis hewan kurban.

Sangat setuju  
Setuju  
Kurang setuju  
Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memberikan saluran komunikasi yang mudah diakses, seperti layanan pelanggan yang responsif dan dukungan online.

Sangat setuju  
Setuju  
Kurang setuju  
Tidak setuju

Saya yakin bahwa PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memiliki kehadiran yang kuat di media sosial dan mampu berkomunikasi dengan konsumen secara efektif

Sangat setuju  
Setuju  
Kurang setuju  
Tidak setuju

Saya merasa yakin bahwa PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa akan merespons pertanyaan atau keluhan konsumen dengan cepat dan ramah

Sangat setuju  
Setuju  
Kurang setuju  
Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa selalu menghormati jadwal pengiriman dan memberikan produk hewan kurban tepat waktu

Sangat setuju  
Setuju  
Kurang setuju  
Tidak setuju

Saya merasa bahwa PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa **tidak** memberikan perhatian yang cukup terhadap masalah atau keluhan konsumen\*

Sangat setuju

Setuju

Kurang setuju

Tidak setuju

Reputasi PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa sebagai perusahaan yang dapat diandalkan dalam menyediakan hewan kurban telah mempengaruhi keputusan pembelian saya.

Sangat setuju

Setuju

Kurang setuju

Tidak setuju



asd

**Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian**

**Frequency Table Variabel Y**

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	24	60.0	60.0	60.0
	4.00	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	30	75.0	75.0	75.0
	4.00	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	47.5	47.5	47.5
	4.00	21	52.5	52.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**Frequency Table Variabel X1**

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	15.0	15.0	15.0
	4.00	34	85.0	85.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	62.5	62.5	62.5
	4.00	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	42.5	42.5	42.5
	3.00	6	15.0	15.0	57.5
	4.00	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	24	60.0	60.0	60.0
	4.00	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	30.0	30.0	30.0
	3.00	22	55.0	55.0	85.0
	4.00	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	30	75.0	75.0	75.0
	4.00	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	62.5	62.5	62.5
	4.00	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	12.5	12.5	12.5
	3.00	18	45.0	45.0	57.5
	4.00	17	42.5	42.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**Frequency Table Variabel X2****X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	12.5	12.5	12.5
	3.00	19	47.5	47.5	60.0
	4.00	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	12.5	12.5	12.5
	3.00	19	47.5	47.5	60.0
	4.00	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	20.0	20.0	20.0
	3.00	23	57.5	57.5	77.5
	4.00	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	2.5	2.5	2.5
	3.00	31	77.5	77.5	80.0
	4.00	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X2.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	29	72.5	72.5	72.5
4.00	11	27.5	27.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

**X2.6**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	8	20.0	20.0	20.0
3.00	19	47.5	47.5	67.5
4.00	13	32.5	32.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

**X2.7**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	5	12.5	12.5	12.5
3.00	28	70.0	70.0	82.5
4.00	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

**X2.8**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	27.5	27.5	27.5
3.00	16	40.0	40.0	67.5
4.00	13	32.5	32.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

**Frequency Table Variabel X3****X3.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	26	65.0	65.0	65.0
4.00	14	35.0	35.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	



**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	25	62.5	62.5	62.5
	4.00	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	45.0	45.0	45.0
	4.00	22	55.0	55.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	11	27.5	27.5	27.5
	3.00	8	20.0	20.0	47.5
	4.00	21	52.5	52.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	24	60.0	60.0	60.0
	4.00	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X3.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	31	77.5	77.5	77.5
	4.00	9	22.5	22.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X3.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	45.0	45.0	45.0
	4.00	22	55.0	55.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X3.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	18	45.0	45.0	45.0
	4.00	22	55.0	55.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**Frequency Table Variabel X4****X4.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	29	72.5	72.5	72.5
	4.00	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X4.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	26	65.0	65.0	65.0
	4.00	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X4.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	30	75.0	75.0	75.0
	4.00	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X4.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	17	42.5	42.5	42.5
	4.00	23	57.5	57.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**X4.5**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	10	25.0	25.0	25.0
3.00	23	57.5	57.5	82.5
4.00	7	17.5	17.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas

**Uji Validitas**

**Correlations Variabel Y**

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.707**	.164	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.313	.000
	N	40	40	40	40
Y.2	Pearson Correlation	.707**	1	.549**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
Y.3	Pearson Correlation	.164	.549**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.313	.000		.000
	N	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.771**	.926**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

## Correlations Variabel X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.325*	.380*	.343*	.439**	.243	.325*	.702**	.679**
	Sig. (2-tailed)		.040	.016	.030	.005	.132	.040	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.325*	1	-.056	.949**	.573**	.626**	.893**	.038	.698**
	Sig. (2-tailed)	.040		.731	.000	.000	.000	.000	.816	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.380*	-.056	1	-.055	.124	.313	-.112	.360	.465**
	Sig. (2-tailed)	.016	.731		.734	.444	.049	.491	.023	.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.343*	.949**	-.055	1	.656**	.707**	.949**	.090	.751**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.734		.000	.000	.000	.580	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	.439**	.573**	.124	.656**	1	.662**	.573**	.722**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.444	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.6	Pearson Correlation	.243	.626**	.313	.707**	.662**	1	.626**	.255	.781**
	Sig. (2-tailed)	.132	.000	.049	.000	.000		.000	.112	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.7	Pearson Correlation	.325*	.893**	-.112	.949**	.573**	.626**	1	.038	.681**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.491	.000	.000	.000		.816	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.8	Pearson Correlation	.702**	.038	.360	.090	.722**	.255	.038	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.816	.023	.580	.000	.112	.816		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.679**	.698**	.465**	.751**	.850**	.781**	.681**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

## Correlations Variabel X2

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	1.000**	.442**	.450**	.583**	.346*	.783**	.842**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.004	.000	.029	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	1.000**	1	.442**	.450**	.583**	.346*	.783**	.842**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.004	.000	.029	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.442**	.442**	1	.426**	.750**	.907**	.489**	.643**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004		.006	.000	.000	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.450**	.450**	.426**	1	.462**	.349*	.583**	.411**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.006		.003	.027	.000	.008	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.583**	.583**	.750**	.462**	1	.598**	.662**	.467**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003		.000	.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.6	Pearson Correlation	.346*	.346*	.907**	.349*	.598**	1	.433**	.578**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.029	.029	.000	.027	.000		.005	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.7	Pearson Correlation	.783**	.783**	.489**	.583**	.662**	.433**	1	.706**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.005		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.8	Pearson Correlation	.842**	.842**	.643**	.411**	.467**	.578**	.706**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.002	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.861**	.861**	.802**	.623**	.775**	.724**	.841**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

## Correlations Variabel X3

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.947**	.664**	.275	.364	.734**	.664**	.137	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.086	.021	.000	.000	.399	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	.947**	1	.701**	.316	.316	.696**	.701**	.078	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.047	.047	.000	.000	.633	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	.664**	.701**	1	.614**	.739**	.487**	1.000**	.394	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.012	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.4	Pearson Correlation	.275	.316	.614**	1	.357	.052	.614**	.556**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.086	.047	.000		.024	.749	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.5	Pearson Correlation	.364	.316	.739**	.357	1	.660**	.739**	.739**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.021	.047	.000	.024		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.6	Pearson Correlation	.734**	.696**	.487**	.052	.660**	1	.487**	.487**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.749	.000		.001	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.7	Pearson Correlation	.664**	.701**	1.000**	.614**	.739**	.487**	1	.394	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.012	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.8	Pearson Correlation	.137	.078	.394	.556**	.739**	.487**	.394	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.399	.633	.012	.000	.000	.001	.012		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.744**	.745**	.917**	.694**	.780**	.686**	.917**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

## Correlations Variabel X4

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.839**	.550**	.303	.417**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.057	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X4.2	Pearson Correlation	.839**	1	.787**	.419**	.652**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X4.3	Pearson Correlation	.550**	.787**	1	.496**	.513**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X4.4	Pearson Correlation	.303	.419**	.496**	1	.681**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.057	.007	.001		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X4.5	Pearson Correlation	.417**	.652**	.513**	.681**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Total	Pearson Correlation	.745**	.901**	.807**	.735**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

## Uji Reliabilitas

### Reliability Variabel Y

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	3

### Reliability Variabel X1

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	8



## Reliability Variabel X2

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	8

## Reliability Variabel X3

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	8

## Reliability Variabel X4

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	5

Lampiran 5 Deskriptif Statistik

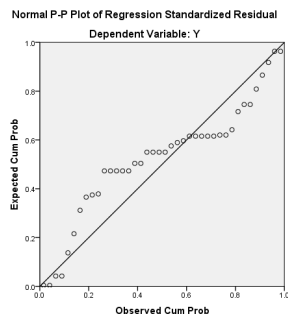
## Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	40	3.00	4.00	3.3903	.38429
X1	40	2.63	4.00	3.3001	.38396
X2	40	2.50	4.00	3.1555	.50716
X3	40	2.88	4.00	3.4064	.40595
X4	40	2.80	4.00	3.2750	.40935
Valid N (listwise)	40				

## Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

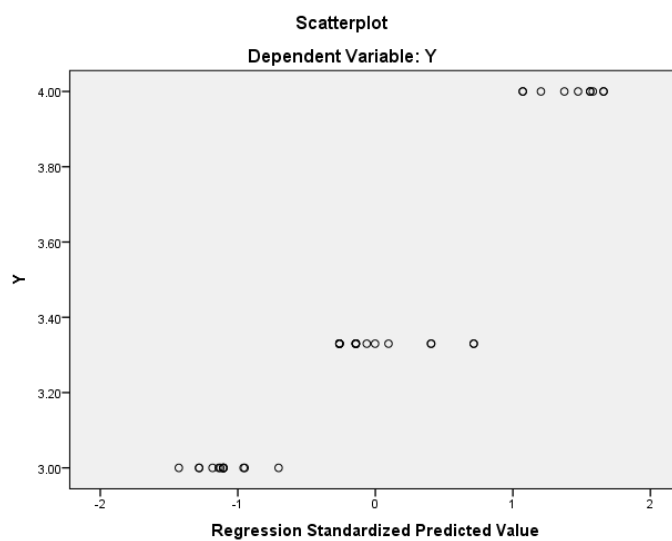
### 1. Uji Normalitas



### 2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.242	4.141
	X2	.295	3.394
	X3	.198	5.057
	X4	.143	6.978

### 3. Uji Heterokedastisitas



## Lampiran 7 Hasil Regresi Berganda

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3 <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 <sup>a</sup>	.911	.901	.12108

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.246	4	1.312	89.462	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.513	35	.015		
	Total	5.759	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.240	.177		1.359	.183		
	X1	.237	.103	.237	2.309	.027	.242	4.141
	X2	.146	.070	.193	2.071	.046	.295	3.394
	X3	.287	.107	.303	2.669	.011	.198	5.057
	X4	.284	.125	.303	2.270	.029	.143	6.978

a. Dependent Variable: Y

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	X1	X2	X3	X4
1	1	4.977	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.013	19.757	.55	.00	.21	.00	.00
	3	.006	28.832	.35	.00	.41	.16	.04
	4	.003	44.268	.09	.96	.12	.03	.11
	5	.001	60.579	.00	.03	.26	.80	.84

a. Dependent Variable: Y

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.8662	3.9988	3.3902	.36677	40
Residual	-.32255	.21647	.00000	.11470	40
Std. Predicted Value	-1.429	1.659	.000	1.000	40
Std. Residual	-2.664	1.788	.000	.947	40

a. Dependent Variable: Y

## Lampiran 8 Biodata Peneliti

### **BIODATA s**

Muhammad Akbar dilahirkan di Majene pada tanggal 15 Agustus 1998, sebagai dari anak Khaeruddin Haeba dan Sitti Hartati Hairuddin. Pada tahun 2010 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar Inpres Tamalanrea 1 Makassar, dan pada tahun 2013 penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Al-Ashri Makassar, pada tahun 2016 menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Al-Ashri Global Mandiri Makassar. Pada tahun 2016 penulis diterima sebagai Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin melalui jalur SBMPTN. Selama mahasiswa, penulis aktif mengikuti kegiatan organisasi kemahasiswaan.

# Penelitian Tentang Faktor-faktor yang memengaruhi Loyalitas Konsumen Hewan Kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (MBC)

Di bawah ini terdapat sejumlah pertanyaan (kuisisioner) yang akan digunakan sebagai bahan (data) penelitian, mengenai Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Hewan Kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (MBC), karena itu diharapkan kiranya dalam menjawab pertanyaan sedapat mungkin obyektif dan betul-betul dari pikiran serta yang dirasakan saan ini, disamping itu dihindari mendiskusikan jawaban dengan rekan kerja/ teman.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerja sama diucapkan terima kasih.

Muhammad Akbar  
Mahasiswa Peternakan  
Universitas Hasanuddin.

Nama Pribadi/ Unit Organisasi / Tempat berkurban (Mesjid, RPH, dan lainnya)

( )

Telah berkurban dua kali atau lebih dengan hewan kurban yang dibeli dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

Ya

Tidak

Idul Kurban Tahun 2023 membeli hewan kurban dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (Membeli/ Tidak membeli)

Membeli

Tidak membeli

Idul Kurban Tahun 2022 membeli hewan kurban dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa (Membeli/ Tidak membeli)

Membeli

Tidak Membeli

Hewan kurban yang saya beli memiliki kondisi kesehatan yang baik

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya puas dengan kondisi fisik dan kesehatan hewan kurban yang saya beli dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya memilih hewan kurban yang menjalani proses pemotongan dan pengolahan yang higienis dan PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa menyediakannya.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memprioritaskan Kesehatan, kesejahteraan, serta keamanan dan kebersihan hewan kurban selama proses pengelolaan dan penyembelihan hewan kurban dalam operasional mereka

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Penting proses pemotongan dan pengolahan yang higienis bagi saya dalam memilih jasa pemotongan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju



PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memberikan informasi yang jelas dan terperinci tentang produk hewan kurban yang mereka sediakan.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya menikmati variasi dalam memilih ukuran hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya senang memiliki pilihan variasi ukuran hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa **terbatas** dalam pilihan jika PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa hanya menyediakan satu jenis hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya jarang mengalami kehabisan stok saat membeli hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya cenderung mencari alternatif tempat lain jika PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa **tidak** memiliki variasi jenis dan ukuran hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya memilih hewan kurban yang memiliki sertifikasi kesehatan resmi dan hewan kurban yang saya beli dari PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memiliki sertifikat kesehatan yang sah

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Penting sertifikasi kesehatan bagi saya dalam memilih hewan kurban

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memiliki reputasi yang baik dalam menyediakan produk dan jasa pemotongan hewan kurban berkualitas

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya **ragu** PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa dapat konsisten dalam menyediakan produk dan jasa pemotongan hewan kurban berkualitas\*

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Harga hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa terjangkau bagi saya

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa puas dengan harga hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa harga hewan kurban sesuai dengan kualitasnya dan PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa menyediakan variasi ukuran hewan kurban dengan harga yang berbeda

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Biaya jasa pemotongan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa cukup murah

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa biaya jasa pemotongan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa sangat wajar dengan kualitas yang diberikan

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa **terbebani** dengan harga jasa pemotongan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Harga produk hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa sangat kompetitif dibandingkan dengan pesaing lain

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa terdorong untuk membeli produk hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa karena harganya yang kompetitif

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa harga produk hewan kurban di PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa **terlalu tinggi** dibandingkan dengan pesaing lain.\*

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa dikenal sebagai perusahaan yang berintegritas tinggi dalam menjalankan bisnis hewan kurban.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memberikan saluran komunikasi yang mudah diakses, seperti layanan pelanggan yang responsif dan dukungan online.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya yakin bahwa PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa memiliki kehadiran yang kuat di media sosial dan mampu berkomunikasi dengan konsumen secara efektif

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa yakin bahwa PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa akan merespons pertanyaan atau keluhan konsumen dengan cepat dan ramah

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa selalu menghormati jadwal pengiriman dan memberikan produk hewan kurban tepat waktu

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Saya merasa bahwa PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa **tidak** memberikan perhatian yang cukup terhadap masalah atau keluhan konsumen\*

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Reputasi PT. Hasanuddin Agrivisi Internusa sebagai perusahaan yang dapat diandalkan dalam menyediakan hewan kurban telah mempengaruhi keputusan pembelian saya.

- Sangat setuju
- Setuju
- Kurang setuju
- Tidak setuju



Kepercayaan dan Citra									Kepuasan dan Pengalaman									
Variabel X3									Variabel X4									
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total	Rata2		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total	Rata2	
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.875	3.88	4	4	4	4	3	19	3.80	3.80
3	3	3	4	3	3	3	4	26	3.25	3.25	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	4	3	3	4	3	29	3.625	3.63	4	4	3	4	4	19	3.80	3.80
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.875	3.88	4	4	4	4	4	20	4.00	4.00
3	3	3	4	3	3	3	4	26	3.25	3.25	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	3	3	3	3	3	4	25	3.125	3.13	3	3	3	3	3	15	3.00	3.00
4	4	4	4	3	3	4	3	29	3.625	3.63	4	4	3	3	3	17	3.40	3.40
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4.00	4	4	4	4	3	19	3.80	3.80
3	3	3	4	3	3	3	4	26	3.25	3.25	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	3	15	3.00	3.00
4	4	4	4	3	3	4	3	29	3.625	3.63	4	4	3	4	4	19	3.80	3.80
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.875	3.88	4	4	4	4	3	19	3.80	3.80
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80	3.80
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80	3.80
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4.00	4	4	4	4	3	19	3.80	3.80
3	3	4	4	3	3	4	3	28	3.50	3.50	3	3	3	3	3	15	3.00	3.00
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3.00	3.00	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.875	3.88	4	4	4	4	4	20	4.00	4.00
3	3	3	4	3	3	3	4	26	3.25	3.25	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	4	3	3	4	3	29	3.625	3.63	3	3	3	3	3	15	3.00	3.00
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.875	3.88	4	4	4	4	3	19	3.80	3.80
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80	3.80
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	4	4	4	4	19	3.80	3.80
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80
4	4	4	4	3	3	4	3	29	3.625	3.63	4	4	3	3	3	17	3.40	3.40
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	3	15	3.00	3.00
4	4	4	3	4	4	4	4	31	3.875	3.88	4	4	4	4	3	19	3.80	3.80
3	3	3	4	3	3	3	4	26	3.25	3.25	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	4	4	4	3	4	4	29	3.625	3.63	3	3	3	4	3	16	3.20	3.20
3	3	3	2	3	3	3	3	23	2.875	2.88	3	3	3	3	2	14	2.80	2.80