

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal S, Erramilli MK, Dev CS. 2003. Market orientation and performance in service firms: role of innovation. *J of Services Marketing*, Vol 17(1): 68 – 82. <https://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/market-orientation-andperformance-in-service-firms-role-of-innovation-nSgradJzCX>
- Bank Syariah Indonesia. 2023. Laporan Tahunan 2022. <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID.pdf>
- Bharadwaj, et al. 1993. —Sustainable Competitive Advantage in Service Industries : A. *Journal of Marketing* 57 (4): 83
- Day, G. S. (1994). The of Market-Drive Capabilities Organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37–52.
- Deshpande, R., Farley, J. U., & Webster, F. E. (1993). Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms - a Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23–27. <https://doi.org/10.2307/1252055>
- Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung. (2017)., Pengantar Manajemen Syariah, Depok: Rajawali Press.
- Didin Hafidhuddin Dan Hendri Tanjung (2017), Pengantar Manajemen Syariah, Depok: Rajawali Press.
- Farida, Naili. (2016). Determinants Of Marketing Performance: Innovation, Market Capabilities and Marketing Performance. Semarang
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gandhi, C., & Dharmayanti, D. (2016). Penelitian Pengaruh Market Orientation Terhadap Customer Loyalty XI Axiata Di Surabaya Dengan Marketing Capability Dan Competitive Advantage.
- Griffith, D.A. , Noble, S.M. , Chen, Q. (2006). 'The performance implications of entrepreneurial proclivity: a dynamic capabilities approach'. *Journal of Retailing*. 82, 1, 51-62 [Google Scholar](#)
- Hafidhudddin, Didin & Tanjung, Hendri. (2019). Pengantar Manajemen Syariah. Depok: Rajawali Pers.
- Handoyo, Priskilla, C., & Elsy, s. (2016). Analisa Pengaruh Marketing Capabilities Terhadap Brand Equity Dan Financial Performance Pada Industri Perhotelan Di Surabaya. *Business Accounting Review*, 4(2), 637-648.

- Hatta, I. H. (2015). The Effect of Market Orientation, Entrepreneurship Toward the Marketing Capability and Performance. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(7), 63-65.
- Haroon, M & Kocak, A. (2011). The Relationship Between Entrepreneurial Orientation Dynamic Capabilities and Firm Performance: An Exploratory Study of Small Turkish Firms. *International Journal Business and Globalisation (IJBG)*, 7(3) <https://doi.org/10.1504/IJBG.2011.042063>
- Hermawan Kartajaya. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ikatan Bankir Indonesia. (2018). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jaworski, B.J. and Kohli, A.K. (1993), "Market orientation: antecedents and consequences", *Journal of Marketing*, Vol. 57, July, pp. 53-70.
- Kasmir SE,MM. (2000). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kompas. 2017. *Geliat Perbankan*. <https://ekonomi.kompas.com>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kertajaya, H., Setiawan, I. (2010). *Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan (2013). *Marketing 3.0: Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan (2019). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lee, & Hsieh. 2010. *A Research in Relating Entrepreneur-ship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage*.
- Mardani. (2017). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Mohammad, I. N., Massie, J. D. D., & Tumewu, F. J. (2019). The Effect Of Entrepreneurial Orientation And Innovation Capability Towards Firm Performance In Small And Medium Enterprises (Case Study: Grilled Restaurants In Manado). *Jurnal EMBA*, 7(1), 1-10.

- Morgan, M. R. & Hunt, D. S (1994). The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing. *The Journal of Marketing*. Vol. 58 (July 1994), hal. 20-38.
- Morgan, N.A., R.J. Slotegraaf and D.W. Vornies (2009), "Linking marketing capabilities with profit growth", *Intern. J. of Research in Marketing*, 26 (2009), 284-293.
- Morgan, N. A., Katsikeas, C. S., & Vorhies, D. W. (2012). Export marketing strategy implementation , export marketing capabilities , and export venture performance. 271–289.
- Muhammad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- Narver, J.C. and Slater, S.F. 1990. "The Effect of Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*. p.20-35.
- Novita, Liliya. (2020). Pengaruh Market Orientation dan Entrepreneurial Orientation Terhadap Business Performance Dengan Marketing Capabilities Sebagai Variabel Mediasi Pada Bank Umum di Kota Makassar. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. Perbankan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx>.
- Pelham, A. M., & Wilson D.T. (1996) A longitudinal study of the impact market structure, firm structure, strategi and market orientation culture on dimensions of small-firm performace. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 27.
- Rahayu Puji Suci. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), pp.46-58. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17745>
- Saunila, Minna; Pekkola, Sanna; Ukko; Juhani. (2014). The relationship between innovation capability and performance The moderating effect of measurement, www.emeraldinsight.com/1741-0401.htm, 63(2), 234-249.
- Slater, S.F. and Narver, J.C. 1994, "Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship", *Journal of Marketing*, Vol. 8, January, pp. 46-55.
- Souisa, J. (2018). Influence Of Person Organizational Fit (Po-Fit) And Employee Engagement In Improving Employee Performance With Organizational Citizenship Behavior (OCB) As Intervening Variables (In Semarang's Police Academy). *Economics & Business Solutions*, 2(1),

77–86.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, Tatik. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*, Penerbit Prenadamedia Group, Jakarta.

Vorhies, D. W., Orr, L. M., & Bush, V. D. (2011). Improving Customer-Focused Marketing Capabilities And Firm Financial Performance Via Marketing Exploration And Exploitation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(5), 736–756.

Yusuf, Burhanuddin. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wilden, R., & Gudergan, S. P. (2015). The Impact Of Dynamic Capabilities On Operational Marketing And Technological Capabilities: Investigating The Role Of Environmental Turbulence. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(2), 181–199. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0380-y>

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Required

PENGARUH MARKET ORIENTATION TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE DENGAN MARKETING CAPABILITIES SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (KASUS PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG MAKASSAR 2).

Responden yang terhormat, Saya adalah mahasiswa semester akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, yang sedang melakukan penelitian mengenai "Pengaruh *Market Orientation* Terhadap *Business Performance* Dengan *Marketing Capabilities* Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Makassar 2).

Oleh karena itu, saya sangat membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner penelitian ini sesuai dengan petunjuk pengisian yang telah disediakan.

Saya akan menjaga kerahasiaan identitas dan jawaban yang Anda berikan dan segala informasi yang Anda berikan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam mengisi kuesioner ini akan sangat membantu saya dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini. Atas kesediaan dan bantuan yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,
Rudiansyah Yusuf (NIM: A012211042)

Diharapkan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur dan menyesuaikan kejadian yang digambarkan dengan kejadian yang mungkin dapat terjadi pada Bank tempat Anda bekerja.

IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin*

- Laki-laki
- Perempuan

Pendidikan Terakhir*

- SMA/Sederajat
- Diploma
- Strata-1
- Strata-2
- Strata-3

Lama bekerja di BSI*

- <1 Tahun
- 1 – 5 Tahun
- 5 – 10 Tahun
- >10 Tahun

Jabatan di BSI*

○

MARKET ORIENTATION

Market Orientation atau orientasi pasar menurut Narver and Slater, perusahaan yang berorientasi pada pasar akan senantiasa melakukan efisiensi dan selalu berusaha menciptakan nilai lebih bagi pelanggannya yang diharapkan mampu memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Orientasi pasar bermanfaat bagi perusahaan karena dapat membantu perusahaan untuk memusatkan perhatian: pertama, pengumpulan informasi tentang kebutuhan pelanggan sasaran dan kemampuan pesaing secara terus menerus. Kedua, orientasi pasar dapat menggunakan informasi tersebut untuk menciptakan nilai pelanggan secara berkelanjutan.

Berikut adalah pernyataan mengenai *market orientation*. Atas sepuluh pertanyaan berikut, Anda diminta untuk member penilaian Anda dengan skala 1-5.

Dengan keterangan :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Pernyataan	1	2	3	4	5
Intelligence Generating					
1. Dalam bisnis kami, kami sangat memperhatikan apa yang telah pesaing kami hasilkan, sehingga secara independen setiap lini bisnis dan unit kerja melakukan hal yang sama agar dapat bersaing di Bisnis kami.					
2. Kami dengan sigap dalam menanggapi perubahan preferensi yang pelanggan inginkan pada bisnis kami.					
3. Kami meningkatkan mutu produk atau jasa kami setidaknya setiap satu tahun sekali.					
Intelligence Dissemination					
4. Kami mengadakan diskusi mengenai tren & perkembangan pasar setidaknya setiap tiga bulan sekali.					
5. Marketing kami selalu mendiskusikan tentang kebutuhan pelanggan di masa depan dengan unit kerja lain.					
6. Jika hal-hal penting terjadi yang menyangkut					

pelanggan atau pasar di kala itu, maka setiap orang di bisnis kami dapat mengatasi dalam waktu singkat.					
7. Jika di suatu unit bisnis mengetahui sesuatu tentang pesaing, maka dengan cepat mengingatkan unit bisnis lainnya.					
Responsiveness					
8. Setiap unit dan lini bisnis berkoordinasi dengan sangat baik.					
9. Rencana pemasaran dapat diimplementasikan dengan tepat waktu.					
10. Jika pelanggan ingin kami memperbaiki produk atau layanan kami, departemen kami berupaya keras untuk melakukannya.					

MARKETING CAPABILITIES

Marketing Capabilities merupakan proses yang dirancang untuk merancang pengetahuan integrative yang kolektif, keterampilan, dan sumber daya dari perusahaan ke pasar terkait kebutuhan bisnis, yang memungkinkan bisnis untuk menambah nilai barang dan jasa, serta memenuhi tuntutan kompetitif.

Berikut adalah pernyataan mengenai *marketing capabilities*. Ada dua belas pernyataan berikut, Anda diminta untuk member penilaian Anda dengan skala 1-5. Dengan keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Pernyataan	1	2	3	4	5
Product Management					
1. Bisnis kami mempunyai kemampuan untuk mengembangkan produk / layanan baru yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.					
2. Bisnis kami selalu berhasil meluncurkan produk / layanan baru.					
3. Bisnis kami mempunyai kemampuan mengembangkan produk yang lebih baik daripada					

competitor.					
Marketing Communication					
4. Bisnis kami memaksimalkan tenaga penjual dengan memberikan pelatihan yang mereka butuhkan agar kinerja mereka lebih efektif.					
5. Bisnis kami selalu <i>support</i> divisi tenaga penjualan agar penjualan lebih efektif.					
6. Bisnis kami mengembangkan dan menjalankan program periklanan.					
Marketing Planning					
7. Bisnis kami menggunakan harga dengan system yang kompetitif untuk merespons perubahan pasar yang cepat.					
8. Bisnis kami mempunyai pengetahuan tentang taktik penetapan harga pada produk pesaing.					
9. Bisnis kami memantau harga dan perubahan harga pada produk pesaing.					
Marketing Implementation					
10. Bisnis kami mengalokasikan sumber daya pemasaran secara efektif.					
11. Bisnis kami menterjemahkan strategi pemasaran menjadi tindakan.					
12. Bisnis kami menjalankan strategi pemasaran dengan cepat.					

BUSINESS PERFORMANCE

Berikut adalah pernyataan mengenai business performance (kinerja bisnis). Atas sepuluh pernyataan berikut, Anda diminta untuk memberi penilaian Anda dengan skala 1-5.

Dengan keterangan:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Tidak Setuju

Pernyataan	1	2	3	4	5
Market Share					
1. Debt to Equity					
2. Time Interest Earned					
3. Market Share					
Profit					
4. Return on Assets (ROA)					
5. Return on Equity (ROE)					
6. Average Return on Sales					
Sales Volume					
7. Gross Revenues					
8. Total Aset Turnover					
Customer Satisfaction					
9. Customer Satisfaction					
10. Customer Satisfaction Relative to Competitors					

RESPONDEN

		Jabatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Admin	1	3,3	3,3	3,3
	Branch Manager	1	3,3	3,3	6,7
	Branch Operation & Service Maager	1	3,3	3,3	10,0
	Cleaning Service	2	6,7	6,7	16,7
	Customer Busniness Representatif Manager	1	3,3	3,3	20,0
	Customer Busniness Representatif Staff	2	6,7	6,7	26,7
	Customer Service	2	6,7	6,7	33,3
	Customer Service Supervisor	1	3,3	3,3	36,7
	Funding Transactional Business	3	10,0	10,0	46,7
	General Affair Staff	1	3,3	3,3	50,0
	Micro Relation Manager	1	3,3	3,3	53,3
	Operation Staff	1	3,3	3,3	56,7
	RM SME	1	3,3	3,3	60,0
	Sales	3	10,0	10,0	70,0
	Security	5	16,7	16,7	86,7
	Staff	2	6,7	6,7	93,3
	Teller	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	18	60,0	60,0	60,0
	Perempuan	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

		Lama Bekerja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>10	7	23,3	23,3	23,3
	1-5	7	23,3	23,3	46,7
	5-10	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	3	10,0	10,0	10,0
	S1	20	66,7	66,7	76,7
	SMA	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

DESKRIPTIF

Statistics

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
N Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,43	4,30	4,23	4,27	4,20	4,20	4,10	4,27	4,30	4,33
Sum	133	129	127	128	126	126	123	128	129	130

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	1	3,3	3,3	3,3
Valid Setuju	15	50,0	50,0	53,3
Valid Sangat Setuju	14	46,7	46,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	3	10,0	10,0	10,0
Valid Setuju	15	50,0	50,0	60,0
Valid Sangat Setuju	12	40,0	40,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	3	10,0	10,0	10,0
Valid Setuju	17	56,7	56,7	66,7
Valid Sangat Setuju	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	5	16,7	16,7	16,7
Valid Setuju	12	40,0	40,0	56,7
Valid Sangat Setuju	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
Valid Netral	3	10,0	10,0	13,3
Valid Setuju	15	50,0	50,0	63,3
Valid Sangat Setuju	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0	10,0
	Setuju	18	60,0	60,0	70,0
	Sangat Setuju	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	13,3	13,3	13,3
	Setuju	19	63,3	63,3	76,7
	Sangat Setuju	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6,7	6,7	6,7
	Setuju	18	60,0	60,0	66,7
	Sangat Setuju	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0	10,0
	Setuju	15	50,0	50,0	60,0
	Sangat Setuju	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0	10,0
	Setuju	14	46,7	46,7	56,7
	Sangat Setuju	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistics

	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	Z9	Z10	Z11	Z12
N Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
N Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,23	4,33	4,20	4,30	4,33	4,20	4,20	4,33	4,17	4,10	4,27	4,03
Sum	127	130	126	129	130	126	126	130	125	123	128	121

Z1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6,7	6,7
	Setuju	19	63,3	70,0
	Sangat Setuju	9	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Z2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0
	Setuju	14	46,7	56,7
	Sangat Setuju	13	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Z3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	13,3	13,3
	Setuju	16	53,3	66,7
	Sangat Setuju	10	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Z4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0
	Setuju	15	50,0	60,0
	Sangat Setuju	12	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Z5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0
	Setuju	14	46,7	56,7
	Sangat Setuju	13	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Z6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	16,7	16,7
	Setuju	14	46,7	63,3
	Sangat Setuju	11	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Z7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	10,0	10,0	10,0
	Setuju	18	60,0	60,0	70,0
	Sangat Setuju	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Z8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	1	3,3	3,3	3,3
	Setuju	18	60,0	60,0	63,3
	Sangat Setuju	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Z9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	4	13,3	13,3	13,3
	Setuju	17	56,7	56,7	70,0
	Sangat Setuju	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Z10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	16,7	16,7	16,7
	Setuju	17	56,7	56,7	73,3
	Sangat Setuju	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Z11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6,7	6,7	6,7
	Setuju	18	60,0	60,0	66,7
	Sangat Setuju	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Z12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
	Netral	3	10,0	10,0	13,3
	Setuju	20	66,7	66,7	80,0
	Sangat Setuju	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
N Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4,17	4,00	4,03	4,13	3,93	4,43	4,40	4,67	4,40	4,23
Sum	125	120	121	124	118	133	132	140	132	127

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
Netral	2	6,7	6,7	10,0
Valid Setuju	18	60,0	60,0	70,0
Sangat Setuju	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
Netral	6	20,0	20,0	23,3
Valid Setuju	15	50,0	50,0	73,3
Sangat Setuju	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	6	20,0	20,0	20,0
Valid Setuju	17	56,7	56,7	76,7
Sangat Setuju	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	4	13,3	13,3	13,3
Valid Setuju	18	60,0	60,0	73,3
Sangat Setuju	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	6,7	6,7	6,7
Netral	4	13,3	13,3	20,0
Valid Setuju	18	60,0	60,0	80,0
Sangat Setuju	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6,7	6,7	6,7
	Setuju	13	43,3	43,3	50,0
	Sangat Setuju	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
	Netral	2	6,7	6,7	10,0
	Setuju	11	36,7	36,7	46,7
	Sangat Setuju	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6,7	6,7	6,7
	Setuju	6	20,0	20,0	26,7
	Sangat Setuju	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	6,7	6,7	6,7
	Setuju	14	46,7	46,7	53,3
	Sangat Setuju	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	3,3	3,3	3,3
	Netral	2	6,7	6,7	10,0
	Setuju	16	53,3	53,3	63,3
	Sangat Setuju	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	