

DAFTAR PUSTAKA

- Adikarya, R. O. (2019). *Agribisnis Persuteraan Alam di Desa Pasir Sarongge*. Bandung: Universitas Insan Cendekia Mandiri.
- Adriyani, D., & Ulfa, R. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Komiditi Non Migas Di Indonesia Tahun 1985-201*. Aceh Utara: Universitas Malikussaleh.
- Ali, S., Baga, L. M., & Samin, B. (2017). *Strategi Pengembangan Portofolio Produk Investasi Bank BCA*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Andadari, L., & Kuntadi. (2014). *Perbandingan Hibrid Ulat Sutera (Bombyx mori L.) Asal Cina dengan Hibrid Lokal di Sulawesi Selatan*. Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Produktivitas Hutan.
- Andadari, L., Pudjiono, S., Suwandi, & Rahmawati. (2013). *Budidadya Murbei dan Alat Sutera*. Bgor: Forda Press.
- Anjani, H. P. (2014). *Penentuan Strateegi Bisnis dengan Menggunakan McKINSEY Matrix pada PT. Wahyu Kencana Abadi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Anjani, H. P. (2017). *Penentuan Strategi Bisnis dengan McKinsey Matrix pada PT Wahyu Kencana Abadi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Antar, V., & Helmi, L. (2010). *Budaya Populer Jepang di Indonesia : Catatan Studi Fenomenologis Tentang Konsep Diri Anggota Cosplay Party Bandung*. Bandung: Univeristas Padjajaran.

- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). *Konsep Pemasaran Agribisnis; Pendekatan Ekonomi dan Manajemen*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2018). *Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Bayu, D. J. (03 Maret 2021). *Peluang Bangkitnya Industri Tekstil Indonesia karena Pandemi*. Jakarta: Katadata.com.
- Blocher, C., & Lie. (2002). *Manajemen Bahan Baku*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). *Uji validitas dan Realibilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian*. Bogor: AMIK BSI Bogor.
- Christine, & Budiawan, W. (2003). *Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Christine, & Budiawan, W. (2016). *Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dewi, I. K. (2018). *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan*. Malang: Universitas Brawijaya.

- Estetika, Y., & Endrawati, Y. C. (2018). *Produktivitas Ulat Sutera (Bombyx mori L.) Ras BS-09 di Daerah Tropis*. Bandung: Institut Pertanian Bogor.
- Farida, I., Tarmizi, A., & Yogi. (2016). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. Jakarta Selatan: Universitas Islam Attahiriyah.
- Gustiani, D., & Hutagaol, P. (2009). *Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Kain Tenun Sutera Produksi Kabupaten Garut (Studi Kasus pada Perusahaan PT. Aman Sahuri di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Handayani, S., Hanila, S., & Nengsih, M. K. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Kain Batik Besurek Di Kota Bengkulu*. Bengkulu.
- Harbi, J., Nurrochmat, D. R., & Kusharto, C. M. (2015). *Pengembangan Usaha Persuteraan Alam Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan. Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan*.
- Hermanto, & Hardono, G. S. (2007). *DINAMIKA PDB SEKTOR PERTANIAN DAN PENDAPATAN PETANI*. Bogor: Litbang Pertanian.
- Hidayah, H. (2015). *Analisis Daya Saing Antar Pengusaha Industri Mebel Terhadap Potensi Peningkatan Perkembangan Industri Kecil Menengah Di Sentra Industri Mebel Kota Pasuruan*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- Hidayat, R., & Rahmat, R. (2018). *Analisis Swot Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam*. Batam: Politeknik Negeri Batam.
- Hidayatulloh, R., Koestiono, D., & Setiawan, B. (2015). *Analisis rantai nilai (value chain) usahatani sayuran organik*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Hs, A., Junus, M, K., Wardano, & Wibowo. (2020). *Sutera Alam Indonesia*. Jakarta: Yayasan Sarana Wana Jaya.
- Ikhsan. (2011). *Analisis Portofolio dengan Matriks GE-Mc.Kinsey di Perusahaan Plastik "Keris"*. Surabaya: Teknik Industri ITAT Surabaya.
- Julianto, E. W., & Darwanto. (2016). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung di Kecamatan Toroh Kabupaten Grogoban Semarang*.
- Jumiati, E., Darwanto, D. H., Hartono, S., & Masyhur. (2013). *Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Kalimantan Timur*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Kaplinsky, & M., M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*.
- Katu, U. (2019). *Perancangan Alat Sistem Pengontrolan Suhu Dan Kelembapan Ruang Budidaya Ulat Sutera Berbasis Wireless*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta: Prenhallindo .
- Kuroda, F. (2021, Mei 29). *PT. Milangkori Persada*. Retrieved from PT. Milangkori Persada: <https://milangkori.co.id/>

- Makassar, P. K. (2004). *Profil Kabupaten/Kota Makassar*. Makassar: Cipta Karya.
- Mangifera, L. (2015). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) pada Produk Batik Tulis di Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). *Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Marisa, D., Rosita, & Pudjiono, S. (2016). *Pertumbuhan Awal Murbei Hibrid Baru pada Jarak Tanam yang Berbeda*. Bogor: Pusat Penelitian dan Pengembangan Hutan, Kementerian KLHK.
- Marisa, J., Syahni, R., Hadiguna, R. A., & Ikan., O. N. (2017). Analisis Strategi Rantai Nilai (Value Chain) untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Pendekatan Manajemen Biaya pada Industri Pengolahan. *Manajemen*.
- Minarningsih, D., & Rosita, S. P. (2019). Pemetaan dan Analisis Kompetensi inti pada Value Chain Kre Alang Sebagai Produk Sumbawa . *Manajemen Bisnis*.
- Moriansyah, L. (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Nuraeni, S. (2019). *Tantangan dalam Mengurai Benang Kusut Persuteraan Alam*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Nuraeni, S., & Baharuddin. (2009). Perbandingan Karakteristik dan Produktivitas Ulat Sutera (Bombyx Mori L) dari Tiga Hibrid.

- Nurrani, L., Tabba, S., & Wildah, A. (2019). *Pengaruh Pemupukan Dan Pemangkasan Tanaman Terhadap Produktivitas Daun Murbei Di Kota Tomohon, Sulawesi Utara*. Manado: Balai Penelitian dan Pengembangan Lingkungan Hidup dan Kehutanan Manado.
- Porter, E. M. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. (2002). *Manajemen Bahan Baku*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pramana, K. A., & Meydianawathi, L. G. (2013). *Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Ekspor Nonmigas Indonesia Ke Amerika Serikat*. Universitas Udayana: Bali.
- Prayudyaningsih, R., Tikupadang, H., & Santoso, B. (2003). *Hama dan Penyakit Jenis Murbei Eksot dan Tingkat Kehilangan Daunnya pada Akhir Musim Kemarau*. Makassar: Balai Penelitian dan Pengembangan Lingkungan Hidup dan Kehutanan Makassar.
- Priangani, A. (2013). *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. Bandung: UNPAS.
- Puspitasari, I. A., Surbiyana, A., & Fitria, E. (2016). *Analisis Value Chain Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan*. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.

- Putri, D. S., Musadieq, M. A., & Supriono. (2016). *Pengaruh Harga Ekspor Dan Nilai Tukar Terhadap Ekspor (Studi Pada Volume Ekspor Ikan Tuna Indonesia Ke Jepang)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Rahayu, I. I. (2012). *Pusat Kerajinan Tenun di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- S, L. G., & Sulasmiyati, S. (2017). *Analisis Pengaruh Indonesia-Japan Economic Partnership Agreement (Ijepa) Terhadap Nilai Perdagangan Indonesia-Jepang (Studi Pada Badan Pusat Statistik Periode 2000-2016)*. Malang: Universitas Malang.
- Sampor Ali, L. M. (2017). *Strategi Pengembangan Portofolio Produk Investasi Bank ABC*. Bogor: Institut Teknologi Bandung.
- Sigerar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: In Kencana.
- Soekartawi. (1999). *Agribisnis Teori dan Aplikasi PT*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Statistik, B. P. (2019). *Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia Desember 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Statistik, B. P. (2020). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Jakarta: Zifatama Publishing.
- Sudrajat, J., Mulyo, J. H., Hartono, S., & Subejo. (2014). *Analisis Efisiensi Dan Kelembagaan Pemasaran Jagung Di Kabupaten Bengkayang*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sugiarto, Herlambang, H., Brascoro, sudjana, R., & Said, K. (2002). *Ekonomi Micro Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- sulselprov.go.id. (2018). *Kabupaten Soppeng*. Makassar: Pemprov Sulawesi Selatan.
- Tamara, A. (2016). *Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Tedjaningsih, T., & Suyudi, H. N. (2018). *Peran Kelembagaan dalam Pengembangan Agribisnis Mendong*. Siliwangi: Universitas Siliwangi.
- Tosida, E. T., Thaheer, H., & Maryana, S. (2015). *Strategi Peningkatan Daya Saing Melalui Framework Rantai Nilai Untuk Kompetensi Usaha Jasa Telematika Indonesia*. Bogor: Universitas Pakuan.
- Ulma, & Riri, O. (2017). *Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Usaha Tanam Jagung*. Jambi: Universitas Jambi.
- Yusup, F. (2018). *Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

LAMPIRAN

Toko Sumber Sutera







KUESIONER
(STUDI KASUS PEMASARAN KAIN SUTERA SERAT ALAMI
DI KOTA MAKASSAR)
GISELA ULCI RUMENGAN (D221 16 011)
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

Yth. Bapak/Ibu/Saudara(i),

Saya Gisela Ulci Rumengan, Mahasiswa S1 Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin yang sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai **Analisis Rantai Nilai Pemasaran Kain Sutera (Studi Kasus: Toko Kain Sutera di Kota Makassar)**. Saya berharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapat informasi dan data akurat untuk merancang strategi peningkatan pemasaran kain sutera serat alami di Kota Makassar.

Atas partisipasi dan perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Gisela Ulci Rumengan
NIM D221 16 011

KUESIONER ANALISIS *GENERAL ELECTRIC (GE) MATRIX MCKINSEY*

1. DATA RESPONDEN

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin :
 Pend. Terakhir :

2. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berikut ini adalah kuesioner tentang daya tarik pasar dan kekuatan bisnis. Terdapat 5 skala rating yang digunakan untuk menilai masing-masing poin yang ada, yang dapat diisi dengan menggunakan tanda centang (√) atau tanda silang (×).

A. Faktor Daya Tarik Industri Kain Sutera Serat Alami

Kategori	Indikator Variabel	Rating			
		1	2	3	4
Produk	Toko menyediakan kain sutera serat alami yang berkualitas				
	Toko menyediakan kain sutera serat alami dengan motif dan ragam bervariasi				
Harga	Harga jual yang kompetitif				
	Kualitas sesuai harga jual				
	Toko memberikan potongan harga				
Tempat	Toko menyediakan parkir yang cukup luas				
	Lokasi toko yang strategis				
	Menyediakan layanan pesan antar ke pelanggan dengan jasa pengiriman/ <i>delivery</i> order				
Promotion	Toko memberikan diskon yang menarik				
	Media promosi yang digunakan bervariasi dan mudah ditemukan				
Orang	Toko memiliki karyawan yang ramah dalam melayani konsumen				
	Toko memiliki karyawan yang handal dalam melayani konsumen				
Proses	Pengetahuan karyawan mengenai produk				
	Kinerja karyawan sudah bagus				
Bentuk Fisik	Penataan produk di etalase rapi dengan nama dan harga produk				
	Tampilan toko menarik				
	Lokasi toko yang bersih				
	Produk kain sutera dikemas dalam bentuk yang menarik				
	Toko menyediakan ruangan yang nyaman bagi konsumen selama bertransaksi				

Keterangan pemberian rating:

4 = Sangat tidak menarik

3 = Kurang menarik

2 = Cukup menarik

1 = Sangat menarik

B. Faktor Kekuatan Industri Kain Sutera Serat Alami

Kategori	Indikator Variabel	Rating			
		1	2	3	4
Pesaing	Toko pesaing yang mulai bertambah				
	Persaingan harga antar toko				
	Motif dan ragam kain sutera yang disediakan beragam				
	Lokasi toko yang lebih strategis				
Politik	Ketetapan pajak terhadap izin usaha				
Lingkungan Ekonomi	Kenaikan inflasi mempengaruhi harga jual				
Teknologi	Kemudahan berbelanja online & bertransaksi				
	Mudahnya informasi yang didapatkan berdasarkan media online				
Lingkungan Sosial & Budaya	Masih melekatnya budaya pada kain sutera				
	Perkembangan mode berpakaian tiap waktu				

Keterangan pemberian rating:

- 4 = Sangat Kuat
- 3 = Cukup Kuat
- 2 = Cukup Lemah
- 1 = Sangat lemah

HASIL UJI VALIDITAS DENGAN SPSS 26

Correlations

		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	TOTA L
A1	Pearson Correlation	1	-.223	.489**	.537**	.371*	.142	.353	.284	.351	.502**	.351	.353	-.117	-.109	.091	.330	.484**	.170	.201	.669**	.618**
	Sig. (2-tailed)		.236	.006	.002	.043	.454	.056	.129	.057	.005	.057	.056	.539	.567	.632	.075	.007	.369	.287	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A2	Pearson Correlation	-.223	1	.122	.284	-.065	.037	-.147	.244	-.054	-.107	-.054	-.147	.309	.021	.027	.274	.052	.111	.148	.012	.180
	Sig. (2-tailed)	.236		.519	.128	.734	.845	.437	.194	.778	.572	.778	.437	.096	.911	.888	.144	.785	.558	.435	.950	.340
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A3	Pearson Correlation	.489**	.122	1	.579**	.602**	.431*	.407*	.445*	.163	.399*	.163	.407*	-.158	.190	.012	.583**	.770**	.009	.148	.339	.718**
	Sig. (2-tailed)	.006	.519		.001	.000	.017	.026	.014	.390	.029	.390	.026	.405	.315	.950	.001	.000	.961	.437	.067	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A4	Pearson Correlation	.537**	.284	.579**	1	.600**	.215	.267	.408*	.331	.442*	.331	.267	.141	.066	.262	.377*	.493**	.171	.411*	.497**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.002	.128	.001		.000	.254	.154	.025	.074	.015	.074	.154	.457	.729	.161	.040	.006	.365	.024	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A5	Pearson Correlation	.371*	-.065	.602**	.600**	1	.296	.653**	.241	.524**	.488**	.524**	.653**	-.122	.133	.323	.226	.503**	.231	.137	.337	.769**
	Sig. (2-tailed)	.043	.734	.000	.000		.112	.000	.199	.003	.006	.003	.000	.522	.483	.082	.230	.005	.219	.471	.069	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A6	Pearson Correlation	.142	.037	.431*	.215	.296	1	.188	.166	.227	.408*	.227	.188	-.006	.051	.028	.328	.467**	.029	-.052	-.082	.436*
	Sig. (2-tailed)	.454	.845	.017	.254	.112		.319	.380	.227	.025	.227	.319	.975	.789	.881	.077	.009	.877	.784	.666	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A7	Pearson Correlation	.353	-.147	.407*	.267	.653**	.188	1	-.132	.588**	.171	.588**	1.000*	-.002	.456*	.112	-.088	.202	.211	.146	.053	.591**
	Sig. (2-tailed)	.056	.437	.026	.154	.000	.319		.487	.001	.366	.001	.000	.992	.011	.555	.645	.284	.264	.441	.781	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A8	Pearson Correlation	.284	.244	.445*	.408*	.241	.166	-.132	1	-.112	.557**	-.112	-.132	-.083	-.431*	.367*	.781**	.526**	.169	.078	.261	.481**
	Sig. (2-tailed)	.129	.194	.014	.025	.199	.380	.487		.557	.001	.557	.487	.661	.017	.046	.000	.003	.371	.681	.164	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A9	Pearson Correlation	.351	-.054	.163	.331	.524**	.227	.588**	-.112	1	.334	1.000*	.588**	.057	.302	.347	-.161	.154	.324	.345	.125	.634**
	Sig. (2-tailed)	.057	.778	.390	.074	.003	.227	.001	.557		.071	.000	.001	.766	.105	.060	.394	.418	.081	.062	.510	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A10	Pearson Correlation	.502**	-.107	.399*	.442*	.488**	.408*	.171	.557**	.334	1	.334	.171	-.265	-.265	.345	.461*	.474**	.133	-.050	.390*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.005	.572	.029	.015	.006	.025	.366	.001	.071		.071	.366	.157	.156	.062	.010	.008	.485	.791	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

A11	Pearson Correlation	.351	-.054	.163	.331	.524**	.227	.588**	-.112	1.000*	.334	1	.588**	.057	.302	.347	-.161	.154	.324	.345	.125	.634**
	Sig. (2-tailed)	.057	.778	.390	.074	.003	.227	.001	.557	.000	.071		.001	.766	.105	.060	.394	.418	.081	.062	.510	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A12	Pearson Correlation	.353	-.147	.407*	.267	.653**	.188	1.000*	-.132	.588**	.171	.588**	1	-.002	.456*	.112	-.088	.202	.211	.146	.053	.591**
	Sig. (2-tailed)	.056	.437	.026	.154	.000	.319	.000	.487	.001	.366	.001		.992	.011	.555	.645	.284	.264	.441	.781	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
A13	Pearson Correlation	-.117	.309	-.158	.141	-.122	-.006	-.002	-.083	.057	-.265	.057	-.002	1	.142	.183	-.041	-.343	-.230	.000	-.070	.024
	Sig. (2-tailed)	.539	.096	.405	.457	.522	.975	.992	.661	.766	.157	.766	.992		.455	.332	.831	.064	.221	1.000	.712	.901
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B1	Pearson Correlation	-.109	.021	.190	.066	.133	.051	.456*	-.431*	.302	-.265	.302	.456*	.142	1	-.302	-.330	.014	-.056	.241	-.065	.151
	Sig. (2-tailed)	.567	.911	.315	.729	.483	.789	.011	.017	.105	.156	.105	.011	.455		.105	.075	.941	.767	.200	.731	.427
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B2	Pearson Correlation	.091	.027	.012	.262	.323	.028	.112	.367*	.347	.345	.347	.112	.183	-.302	1	.142	.180	.322	.302	.085	.431*
	Sig. (2-tailed)	.632	.888	.950	.161	.082	.881	.555	.046	.060	.062	.060	.555	.332	.105		.454	.342	.083	.104	.654	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B3	Pearson Correlation	.330	.274	.583**	.377*	.226	.328	-.088	.781**	-.161	.461*	-.161	-.088	-.041	-.330	.142	1	.605**	.030	.041	.363*	.490**
	Sig. (2-tailed)	.075	.144	.001	.040	.230	.077	.645	.000	.394	.010	.394	.645	.831	.075	.454		.000	.873	.832	.049	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B4	Pearson Correlation	.484**	.052	.770**	.493**	.503**	.467**	.202	.526**	.154	.474**	.154	.202	-.343	.014	.180	.605**	1	.091	.195	.341	.670**
	Sig. (2-tailed)	.007	.785	.000	.006	.005	.009	.284	.003	.418	.008	.418	.284	.064	.941	.342	.000		.631	.303	.065	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B5	Pearson Correlation	.170	.111	.009	.171	.231	.029	.211	.169	.324	.133	.324	.211	-.230	-.056	.322	.030	.091	1	.438*	.189	.370*
	Sig. (2-tailed)	.369	.558	.961	.365	.219	.877	.264	.371	.081	.485	.081	.264	.221	.767	.083	.873	.631		.015	.316	.044
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B6	Pearson Correlation	.201	.148	.148	.411*	.137	-.052	.146	.078	.345	-.050	.345	.146	.000	.241	.302	.041	.195	.438*	1	.134	.414*
	Sig. (2-tailed)	.287	.435	.437	.024	.471	.784	.441	.681	.062	.791	.062	.441	1.000	.200	.104	.832	.303	.015		.479	.023
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
B7	Pearson Correlation	.669**	.012	.339	.497**	.337	-.082	.053	.261	.125	.390*	.125	.053	-.070	-.065	.085	.363*	.341	.189	.134	1	.458*
	Sig. (2-tailed)	.000	.950	.067	.005	.069	.666	.781	.164	.510	.033	.510	.781	.712	.731	.654	.049	.065	.316	.479		.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT AL	Pearson Correlation	.618**	.180	.718**	.761**	.769**	.436*	.591**	.481**	.634**	.611**	.634**	.591**	.024	.151	.431*	.490**	.670**	.370*	.414*	.458*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.950	.067	.005	.069	.666	.781	.164	.510	.033	.510	.781	.712	.731	.654	.049	.065	.316	.479		.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT AL	Pearson Correlation	.618**	.180	.718**	.761**	.769**	.436*	.591**	.481**	.634**	.611**	.634**	.591**	.024	.151	.431*	.490**	.670**	.370*	.414*	.458*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.340	.000	.000	.000	.016	.001	.007	.000	.000	.000	.001	.901	.427	.017	.006	.000	.044	.023	.011	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

