

DAFTAR PUSTAKA

- Alex Sandra, & Purwanto, E. (2015). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta. *Business Management*, 11(1), pp.97-124. https://www.e-jurnal.com/2014/11/analisis-faktor-faktor-yang_24.html
- Ardiyani, N., & Kusuma, A. (2016). Pengaruh Sikap, Pendidikan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 254988.
- Cerrato, D., & Piva, M. (2012). The internationalization of small and medium-sized enterprises: The effect of family management, human capital and foreign ownership. *Journal of Management and Governance*, 16(4), 617–644. <https://doi.org/10.1007/s10997-010-9166-x>
- Citradewi, A. (2012). *Universitas negeri semarang 2012*. 1–77.
- Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors Influencing SMEs Adoption of *Social Media Marketing*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 119–126. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.025>
- Djodjoko, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Evaliana, Y. (2015). Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*.
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 7(3), 173–198.
- Fatmawati, R. (2018). Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Media Social Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Tesis Magister*.
- Hitt, M.A., Ireland, R., Camp, M., & Sexton, D., 2002. Strategic Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurial and Strategic Management Perspectives. Dalam Hitt, M.A., Ireland, R., Camp, M., & Sexton, D.(Eds.) *Strategic Entrepreneurship : Creating a New Mindset*, Oxford. Blackwell.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM M Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrpreneurship*, 5(1), 33–48.
- Kontinen, T., & Ojala, A. (2011). International Opportunity Recognition among Small and Medium-Sized Family Firms. *Journal of Small Business Management*, 49(3), 490–514. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00326.x>

- Kristinae, V., & Sahay, M. (2019). *Pengaruh Social Media, Learning Orientation Dan Market Orientation Terhadap Marketing Capabilities UKM Kerupuk Ikan Saluang Di Kalimantan Tengah*. 14(2), 1959–1966.
- Kumalaningrum, M.P., 2012. Lingkungan bisnis, Orientasi Kewirausahaan, orientasi pasar dan kinerja Usaha kecil dan menengah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 7 no 1, p.45-59.
- Linawati, L., Wirastutia, N. M. A. E. D., Widyantara, I. M. O., Wiharta, D. M., & Mertasana, P. A. (2018). Pemberdayaan UKM m Perempuan Kota Denpasar Dibidang E-Commerce. *Buletin Udayana Mengabdi*, 17(1), 53. <https://doi.org/10.24843/bum.2018.v17.i01.p09>
- Lusch, R. F., Vargo, S. 2006. Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Journal of Marketing Theory*. Vol. 6. No. 3 : 281-288
- Marisa, Oktafalia, and Yustinus Yuniarto. "Pengaruh Penggunaan Media Social terhadap Orientasi Kewirausahaan (Studi Kasus pada UKM M Kuliner Jakarta Barat)." *Jurnal Bina Manajemen*, vol. 7, no. 1, 28 Sep. 2018.
- Mahmudah, Siti. (2017). Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Modal Social Pengaruhnya terhadap Minat Berwirausaha dan Dampaknya pada Kinerja Kewirausahaan Mahasiswa Yang Tergabung dalam Inkubator Kewirausahaan STIE IPWIJA. *Prosiding Diskusi Panel Nasional Pendidikan Kewirausahaan LPPM Universitas Indraprasta PGRI*, 29.
- Mudjiarto, Wahid, A., & Sugiharto, A. (2016). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha kecil dan menengah(UKM) Mitra Binaan Pkbl Pt Jasa Marga. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78907. <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Eko/article/download/1630/1467>
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha kecil dan menengah(UKM) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 33–41. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.33-41>
- Naninsih, N., Karim, K., Hatija, S., Tongli, B., & Alam, S. (2019). *Analysis of Business Performance of Housing Developers in Makassar City*. 75(ICMEMM 2018), 149–154. <https://doi.org/10.2991/icmemm-18.2019.12>
- Parveen Farzana Noor Ismawati Jaafar Sulaiman Ainin, (2016), Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organization, *Management Decision*, Vol. 54, PP 99-115
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Social Pada Usaha kecil dan menengah(UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November*, 2–3.
- Priminingtyas, D. N. (2010). *Peran Perempuan Dalam Pengembangan Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. 1–7.
- Purwaningsih, R., & Kusuma Damar, P. (2015). Analisis faktor- faktor yang mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) dengan metode

- structural equation modelling (studi kasus UKM berbasis industri kreatif Kota Semarang). *Prosiding SNST Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang*, 6(1), 7–12.
- Purwanti, A. H., & Anisa, F. (2018). Analisis Penggunaan Media Social bagi UKM dan Dampaknya Terhadap Kinerja. *The 7th University Research Colloquium*, 304–314.
- Reswanda, 2011. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo. *Jurnal Disertasi Universitas Airlangga*, Maret 2011. Surabaya.
- Samir, A. (2011). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 10(2), 162–184. <http://www.sbm.itb.ac.id/wp-content/uploads/2011/08/4-alfin.pdf>
- Sari, R. M., & Hanoum, S. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modelling. *Jurnal Teknik ITS*, 1, 488–493.
- Saputri, R. W. (2020). KINERJA PERUSAHAAN DIPENGARUHI OLEH SOCIAL MEDIA MELALUI CRM PADA NASABAH BANK BRI SYARIAH DI IAIN SALATIGA (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Social media Sebagai Media Pemasaran Usaha kecil dan menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Situmorang, S. H., Mulyono, H., & Berampu, L. T. (2018). Peran dan Manfaat Pemanfaatan social media marketing bagi Usaha Kecil. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 1(2), 77–84.
- Sumantri, B., Fariyanti, A., & Winandi, R. (2013). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Wirausaha Wanita: Suatu Studi pada Industri Pangan Rumahan di Bogor. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 12(3), 252–277. <https://doi.org/10.12695/jmt.2013.12.3.3>
- Suyatno, A., & Muhtarom, M. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga dan pembelajaran kewirausahaan terhadap intensi. *INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta*, 4.
- Tommy Prasetyo, D. H. (2013). Modal Social PengUsaha kecil dan menengah Sektor Informal Dan Hubungannya Dengan Kinerja Bisnis Di Wilayah Jawa Timur. *Agora*, 1(3), 1–4. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/1146>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.
- Wikipedia. (2020). *Usaha Kecil dan Menengah*. https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menenga

LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER

LEMBAR KUESIONER

- I. Petunjuk Pengisian Opini/Kuesioner
 - a. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti, sampai Bapak/Ibu benar-benar memahami intinya.
 - b. Jangan ada pernyataan yang terlewatkan/tidak diisi.
 - c. Berikan jawaban atas setiap pernyataan dengan memilih salah satu dari 5 (lima).
 - d. Alternatif pilihan yang paling cocok dengan keadaan sebenarnya, setiap pilihan.
 - e. Diberikan kode sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
RR = Ragu-Ragu	3
TS = Tidak Setuju	2
STS= Sangat Tidak Setuju	1
 - f. Cantumkan tanda centang (✓) pada kolom pilihan yang Bapak/Ibu pilih yang kolomnya tersedia di samping kanan dari setiap pernyataan.

II. INSTRUMEN KUESIONER

No.	Daftar Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Lingkungan keluarga (X₁)						
1	Orang tua selalu mengajarkan berbisnis kepada anak					
2	Hubungan antar keluarga saling mendukung dalam menjalankan usaha					
3	Suasana di dalam rumah sangat nyaman dan saling suport					
4	Keadaan ekonomi ekonomi keluarga sudah cukup layak					
5	Orang tua sangat pengertian terhadap setiap usaha yang ingin kita jalankan					
6	Latar belakang budaya dari keluarga sangat mendukung untuk melakukan kegiatan bisnis					
Pemanfaatan social media marketing (X₂)						
1	Produk yang di jual melalui social media memberikan informasi produk yang detail dan lengkap					
2	Dalam menjual produk selalu memberikan pelayanan yang terbaik					
3	Dalam menjual produk secara online selalu tanggap terhadap setiap keluhan pelanggan					
4	Dalam menjual produk melalui social media melalui beberapa proses dan tahapan					
5	Penggunaan hartag sangat membantu dalam promosi produk di social media					
Orientasi Kewirausahaan (z)						
1	Saya selalu mempunyai keinginan untuk mandiri dalam menjalankan bisnis					

No.	Daftar Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
2	Dalam menjalankan usaha saya selalu membuat inovasi yang menarik					
3	Dalam menjalankan bisnis cenderung untuk bersikap agresif terhadap pesaing					
4	Saya selalu berusaha mencari informasi terkait dengan peluang pasar yang menarik					
Kinerja usaha (Y)						
1	Pertumbuhan penjualan produk sangat baik					
2	Pertumbuhan modal cenderung meningkat					
3	Jumlah tenaga kerja semakin banyak seiring peningkatan produksi					
4	Jumlah pasar dalam menjual produk semakin luas					
5	Pertumbuhan jumlah pendapatan semakin meningkat					

LAMPIRAN II HASIL OLAH DATA

1. UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

1) UJI VALIDITAS DAN REABILITAS X1

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	18.62	12.606	.697	.928
X1_2	19.12	12.250	.814	.912
X1_3	18.83	12.572	.860	.908
X1_4	18.87	11.789	.867	.905
X1_5	18.78	12.215	.790	.915
X1_6	18.92	12.708	.737	.922

2) UJI VALIDITAS DAN REABILITAS X2

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	15.38	6.137	.697	.863
X2_2	15.67	6.408	.726	.853
X2_3	15.55	6.924	.687	.862
X2_4	15.49	6.293	.792	.837
X2_5	15.57	6.922	.694	.861

3) UJI VALIDITAS DAN REABILITAS Z

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z_1	11.47	4.231	.849	.891
Z_2	11.68	3.956	.813	.897
Z_3	11.46	3.966	.848	.886
Z_4	11.26	3.604	.790	.913

4) UJI VALIDITAS DAN REABILITAS Y

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	15.45	7.699	.871	.903
Y_2	15.42	7.390	.848	.904
Y_3	15.36	7.295	.853	.903
Y_4	15.19	7.218	.725	.931
Y_5	15.37	7.298	.789	.915

2. UJI REGRESI JALUR 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SOCIAL .MEDIA.MARKETING, LINGKUNGAN_KELUARGA ^b		Enter

a. Dependent Variable: ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.741	1.329

a. Predictors: (Constant), SOCIAL .MEDIA.MARKETING, LINGKUNGAN_KELUARGA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	498.925	2	249.463	141.222	.000 ^b
	Residual	169.580	96	1.766		
	Total	668.505	98			

a. Dependent Variable: ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), SOCIAL .MEDIA.MARKETING, LINGKUNGAN_KELUARGA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.279	.838		2.718	.008
	LINGKUNGAN_KELUARGA	.398	.065	.638	6.095	.000
	SOCIAL .MEDIA.MARKETING	.206	.087	.249	2.376	.019

a. Dependent Variable: ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN

3. UJI REGRESION JALUR II

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN, SOCIAL .MEDIA.MARKETING, LINGKUNGAN_KELUARGA ^b		Enter

a. Dependent Variable: KINERJA

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.917	.914	.985

a. Predictors: (Constant), ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN, SOCIAL .MEDIA.MARKETING, LINGKUNGAN_KELUARGA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1017.777	3	339.259	349.628	.000 ^b
	Residual	92.183	95	.970		
	Total	1109.960	98			

a. Dependent Variable: KINERJA

b. Predictors: (Constant), ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN, SOCIAL .MEDIA.MARKETING, LINGKUNGAN_KELUARGA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.514	.645		-.798	.427
	LINGKUNGAN_KELUARGA	.297	.057	.370	5.217	.000
	SOCIAL .MEDIA.MARKETING	.517	.066	.484	7.805	.000
	ORIENTASI.KEWIRUSAHAAN	.193	.076	.150	2.548	.012

a. Dependent Variable: KINERJA

4. DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN

Frequency Table

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	9	9.1	9.1	10.1
	RAGU-RAGU	2	2.0	2.0	12.1
	SETUJU	63	63.6	63.6	75.8
	SANGAT SETUJU	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	12	12.1	12.1	13.1
	RAGU-RAGU	27	27.3	27.3	40.4
	SETUJU	54	54.5	54.5	94.9
	SANGAT SETUJU	5	5.1	5.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	10	10.1	10.1	11.1
	RAGU-RAGU	2	2.0	2.0	13.1
	SETUJU	81	81.8	81.8	94.9
	SANGAT SETUJU	5	5.1	5.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	10	10.1	10.1	11.1
	RAGU-RAGU	14	14.1	14.1	25.3
	SETUJU	61	61.6	61.6	86.9
	SANGAT SETUJU	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	22	22.2	22.2	28.3
	SETUJU	51	51.5	51.5	79.8
	SANGAT SETUJU	20	20.2	20.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	6	6.1	6.1	7.1
	RAGU-RAGU	26	26.3	26.3	33.3
	SETUJU	54	54.5	54.5	87.9
	SANGAT SETUJU	12	12.1	12.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	20	20.2	20.2	26.3
	SETUJU	47	47.5	47.5	73.7
	SANGAT SETUJU	26	26.3	26.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	25	25.3	25.3	31.3
	SETUJU	55	55.6	55.6	86.9
	SANGAT SETUJU	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	5.1
	RAGU-RAGU	13	13.1	13.1	18.2
	SETUJU	70	70.7	70.7	88.9
	SANGAT SETUJU	11	11.1	11.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	15	15.2	15.2	21.2
	SETUJU	61	61.6	61.6	82.8
	SANGAT SETUJU	17	17.2	17.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	11	11.1	11.1	17.2
	SETUJU	75	75.8	75.8	92.9
	SANGAT SETUJU	7	7.1	7.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Z_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	5.1
	RAGU-RAGU	12	12.1	12.1	17.2
	SETUJU	77	77.8	77.8	94.9
	SANGAT SETUJU	5	5.1	5.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Z_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	32	32.3	32.3	38.4
	SETUJU	56	56.6	56.6	94.9
	SANGAT SETUJU	5	5.1	5.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Z_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	5.1
	RAGU-RAGU	16	16.2	16.2	21.2
	SETUJU	68	68.7	68.7	89.9
	SANGAT SETUJU	10	10.1	10.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Z_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	9	9.1	9.1	10.1
	SETUJU	65	65.7	65.7	75.8
	SANGAT SETUJU	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	16	16.2	16.2	22.2
	SETUJU	73	73.7	73.7	96.0
	SANGAT SETUJU	4	4.0	4.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	2.0	2.0	2.0
	TIDAK SETUJU	4	4.0	4.0	6.1
	RAGU-RAGU	16	16.2	16.2	22.2
	SETUJU	69	69.7	69.7	91.9
	SANGAT SETUJU	8	8.1	8.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	16	16.2	16.2	22.2
	SETUJU	64	64.6	64.6	86.9
	SANGAT SETUJU	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	18	18.2	18.2	24.2
	SETUJU	49	49.5	49.5	73.7
	SANGAT SETUJU	26	26.3	26.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Y_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	1.0	1.0	1.0
	TIDAK SETUJU	5	5.1	5.1	6.1
	RAGU-RAGU	23	23.2	23.2	29.3
	SETUJU	57	57.6	57.6	86.9
	SANGAT SETUJU	13	13.1	13.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	99	1	5	4.01	.851
X1_2	99	1	5	3.51	.813
X1_3	99	1	5	3.80	.728
X1_4	99	1	5	3.76	.846
X1_5	99	1	5	3.85	.837
X1_6	99	1	5	3.71	.799
X2_1	99	1	5	3.93	.872
X2_2	99	1	5	3.75	.787
X2_3	99	1	5	3.87	.695
X2_4	99	1	5	3.89	.781
X2_5	99	1	5	3.83	.671
Z_1	99	1	5	3.82	.629
Z_2	99	1	5	3.60	.713
Z_3	99	1	5	3.83	.700
Z_4	99	1	5	4.03	.839
Y_1	99	1	5	3.75	.660
Y_2	99	1	5	3.78	.736
Y_3	99	1	5	3.84	.752
Y_4	99	1	5	3.95	.862
Y_5	99	1	5	3.77	.780
Valid N (listwise)	99				