

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN TARIK TUNAI TANPA
KARTU TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN APLIKASI GOPAY
PADA GENERASI Z DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:
DEVIRA NORMA SARI
NIM. 2017202244

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

**THE INFLUENCE PF TRUST, PROMOTION, AND CARDLESS
CASH WITHDRAWAL ON USER LOYALTY OF THE GOPAY
APLLICATION AMONG GENERATION Z IN PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

DEVIRA NORMA SARI
NIM. 2017202244

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devira Norma Sari
NIM : 2017202244
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Tarik Tunai
Tanpa Kartu Terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi
GoPay Pada Generasi Z di Purwokerto**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 April 2025

Saya yang menyatakan,



Devira Norma Sari
NIM. 2017202244





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

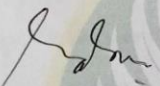
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

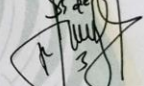
**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN TARIK TUNAI TANPA
KARTU TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN APLIKASI GOPAY PADA
GENERASI Z DI PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Devira Norma Sari NIM 2017202244** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 22 Mei 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Dr. Hj. Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji


Safrina Muarifah, S.E., M.Si.
NIP. 19921230 201903 2 026

Pembimbing/Penguji


H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 4 Juni 2025

Mengesahkan
Dekan,




Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Devira Norma Sari NIM. 2017202244 yang berjudul:

Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Tarik Tunai Tanpa Kartu Terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay Pada Generasi Z di Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 17 April 2025

Pembimbing


H. Ubaidillah, S.E., M.E.I
NIP. 19880924 201903 1008

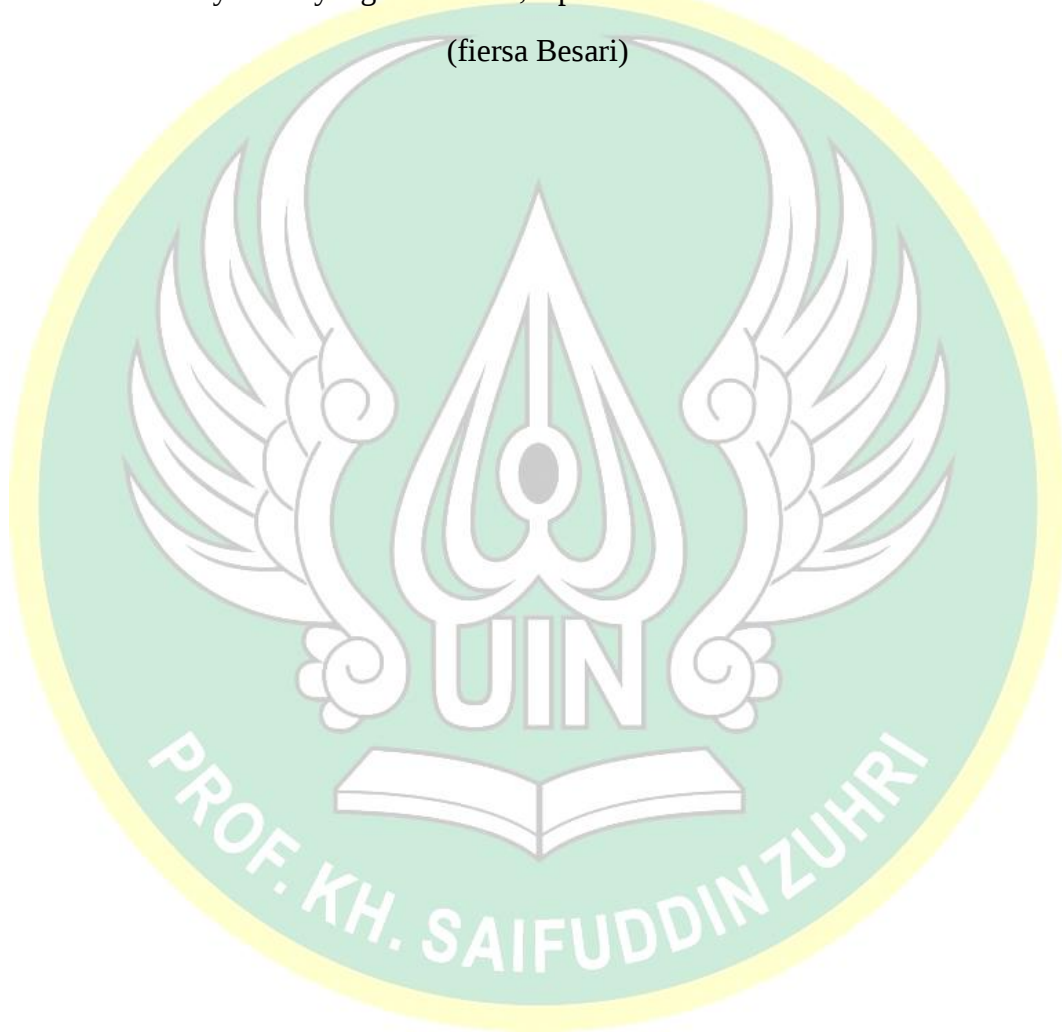
MOTTO

Ketika kita tidak mampu mengubah situasi, artinya kita ditantang untuk mengubah diri kita sendiri.

(Victory Feanbel)

Sepertinya prioritas kita bukanlah bahagia, melainkan bertahan hidup. Buktinya ada banyak hal yang bikin sakit, tapi kita memilih untuk bertahan.

(fiersa Besari)



PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN TARIK TUNAI TANPA KARTU TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN APLIKASI GOPAY PADA GENERASI Z DI PURWOKERTO

DEVIRA NORMA SARI

NIM 2017202244

Email: deviranorma12@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perkembangan teknologi keuangan yang pesat telah mengubah pola transaksi masyarakat, khususnya dalam penggunaan dompet digital seperti GoPay. Loyalitas pengguna menjadi aspek penting dalam keberlanjutan layanan ini, yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kepercayaan, promosi, dan fitur tarik tunai tanpa kartu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu terhadap loyalitas penggunaan aplikasi GoPay pada Generasi Z di Purwokerto.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner yang disebarakan kepada 385 responden yang merupakan pengguna GoPay dari Generasi Z di Purwokerto. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu) dengan variabel dependen (loyalitas pengguna).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Demikian pula, promosi berperan penting dalam meningkatkan loyalitas dengan memberikan insentif berupa diskon dan cashback yang menarik bagi pengguna. Fitur tarik tunai tanpa kartu juga terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas, karena memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam transaksi keuangan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berkontribusi signifikan dalam meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi GoPay.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengembang layanan keuangan digital untuk lebih meningkatkan aspek keamanan, kepercayaan, serta strategi promosi yang lebih menarik guna mempertahankan loyalitas pelanggan, khususnya di kalangan Generasi Z. Adapun untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mempertimbangkan variabel lain seperti kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna, atau faktor demografis yang mungkin juga berpengaruh terhadap loyalitas pengguna aplikasi fintech

Kata Kunci: Kepercayaan, Promosi, Tarik Tunai Tanpa Kartu, Loyalitas, GoPay, Generasi Z.

THE INFLUENCE OF TRUST, PROMOTION, AND CARDLESS CASH WITHDRAWAL ON USER LOYALTY OF THE GOPAY APPLICATION AMONG GENERATION Z IN PURWOKERTO

Devira Norma Sari

NIM 2017202244

Email: deviranorma12@gmail.com

Sharia Banking Study, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The development of financial technology has transformed people's transaction patterns, particularly in the use of digital wallets like GoPay. User loyalty is a crucial aspect of sustaining this service, which can be influenced by several key factors: trust, promotion, and cardless cash withdrawal features. This study aims to analyze the influence of trust, promotion, and cardless cash withdrawal on the loyalty of GoPay application users among Generation Z in Purwokerto.

This research employs a quantitative method with a descriptive approach. Data was collected through surveys using questionnaires distributed to 385 respondents who are Generation Z users of GoPay in Purwokerto. Data analysis was conducted using multiple linear regression techniques to examine the relationship between independent variables (trust, promotion, and cardless cash withdrawal) and the dependent variable (user loyalty).

The results indicate that trust has a positive and significant influence on user loyalty. Likewise, promotions play a crucial role in enhancing loyalty by providing attractive incentives such as discounts and cashback. The cardless cash withdrawal feature also positively impacts loyalty, as it offers convenience and flexibility in financial transactions. Collectively, these three variables significantly contribute to increasing the loyalty of GoPay application users.

This study provides practical implications for financial technology service providers to enhance security, trust, and more attractive promotional strategies to maintain customer loyalty, especially among Generation Z. For future research, it is recommended to explore additional variables such as ease of use, user experience, or demographic factors, which may also impact user loyalty toward fintech applications.

Keywords: Trust, Promotion, Cardless Cash Withdrawal, Loyalty, GoPay, Generation Z.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	 ‘....	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta'marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti denan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

ـَـ	Fathah	Ditulis	A
ـِـ	Kasrah	Ditulis	I

–◌◌	Dammah	Ditulis	U
-----	--------	---------	---

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furūd

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaulun

G. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + lam

- a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'an
--------	---------	-----------

القياس	Ditulis	Al-Qiyas
--------	---------	----------

- b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawī alfurūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i>



KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan *tabi'i*. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajaran-Nya dan semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M. Pd. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. H. Ubaidillah, S.E., M.E.I., selaku Dosen Pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, waktu serta kesabaran beliau demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebbaikannya.
12. Segenap Dosen Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
13. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Orang tua tercinta bapak M. Afnisyah Rizal dan ibu Inayati Aenah yang telah mendoakan, membesarkan dan mendidik baik lahir maupun batin dengan melalui banyak perjuangan, kakak saya Afninda Intan Putri, Haninda Nur Fitriana yang selalu memberikan semangat dan memberikan doa kepada penulis, semoga segala pengorbanan dibalas oleh Allah SWT.
15. Ponakan saya tercinta Aldebaran Nabhan Shaka Pradipta, Najwa Keyra Wilda yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
16. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah E Angkatan 2020, yang telah memberikan doa, semangat, pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan.
17. Hanna Chairin Agustin, Arkan Faturizki, Dinda Seffirinandiana S, Dinda Seffiarinandiana S, yang selama ini selalu memberikan semangat, motivasi dalam menempuh studi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
18. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan support kepada penulis sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dan tidak bisa di tulis satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila

skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Purwokerto, 17 April 2025

Devira Norma Sari
NIM. 2017202244



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teori	12
B. Landasan Teologis	19
C. Kajian Pustaka.....	21
D. Kerangka Penelitian	25
E. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	29
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	31
E. Sumber Data.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	34
H. Uji Asumsi Klasik.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Profil dari GoPay	39
B. Karakteristik Responden Penelitian	42
C. Statistik Deskriptif	45
D. Uji Instrumen Penelitian	47
E. Uji Asumsi Klasik	50
F. Uji Hipotesis	57
G. Pembahasan dan Hasil Penelitian	60
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	153



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Pustaka.....	23
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	32
Tabel 3.2 Nilai Skala Likert	34
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pengguna Aktif.....	44
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi	44
Tabel 4. 5 <i>Descriptive Statistic</i> Variabel.....	45
Tabel 4. 6 Uji Validitas	48
Tabel 4. 7 Uji Reabilitas.....	49
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 9 Kurva Normal P-Plot	52
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Scatterplot.....	54
Tabel 4. 13 Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Uji Parsial (Uji t).....	57
Tabel 4. 15 Uji Silmutan (Uji F)	59
Tabel 4. 16 Uji SKoefisien Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek dompet digital	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4. 1 Tampilan Awal Aplikasi Gopay.....	41



BAB I

PENDAHULUAN

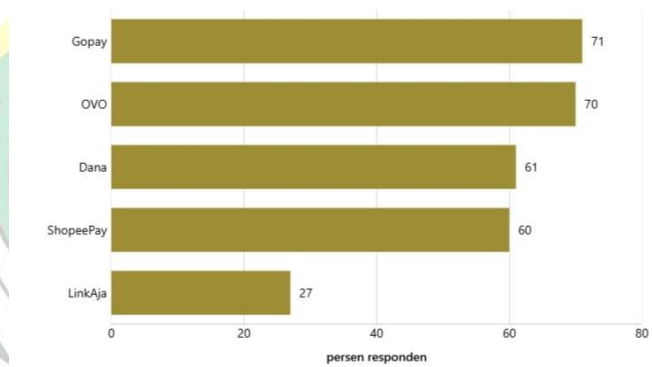
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah mengubah cara masyarakat bertransaksi. Teknologi keuangan, khususnya di sektor keuangan, telah berkembang menjadi sebuah alat inovatif yang diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan keuangan inklusi (Sabila et al., 2024). Inovasi teknologi telah memberikan kemudahan akses dan kepraktisan dalam berbagai aspek kehidupan. Tingkat kompleksitas kebutuhan konsumen yang semakin tinggi, serta biaya yang meningkat dalam menghubungkan konsumen melalui metode tradisional, membuat bisnis tidak bisa mengabaikan pentingnya adopsi teknologi berbasis seluler sebagai alternatif solusi bisnis (Kubanatkan et al., 2014). Inovasi dalam teknologi keuangan telah berlangsung lama, mengingat kedua bidang ini memiliki sejarah yang panjang. Hubungan antara teknologi keuangan, yang lebih dikenal dengan sebutan *fintech*, dan industri jasa keuangan sudah ada sejak lama (Subagiyo, 2019). Penggunaan sistem teknologi online mencakup kemudahan dalam berbelanja melalui *marketplace*, layanan perbankan elektronik, dompet digital, dan teknologi finansial (*fintech*).

Pada tahun 2020 Bank Indonesia menjelaskan bahwa *fintech* hadir bersamaan dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang sekarang didominasi oleh pengguna teknologi informasi sebagai tuntutan hidup yang serba kilat. Dengan *fintech*, kasus dalam transaksi jual-beli serta dalam pembayaran yang masih banyak kendala dalam mencari barang ke tempat-tempat perbelanjaan, ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM) untuk mengirim dana, keengganan mendatangi suatu tempat yang disebabkan karena pelayanan yang kurang memuaskan dapat diminimalisir. Dengan kata lain, *fintech* dapat membantu transaksi jual beli serta sistem pembayaran menjadi lebih efisien, ekonomis, dan efektif.

Di Indonesia, perkembangan teknologi finansial (*fintech*) melahirkan berbagai inovasi, salah satunya adalah dompet digital seperti Gopay. Layanan ini memungkinkan pengguna melakukan pembayaran tanpa uang tunai, yang menawarkan kecepatan, kenyamanan, dan momen. Peningkatan pengguna dompet digital di Indonesia sejalan dengan tren global.

Gambar 1.1 Merek dompet digital yang pernah di gunakan responden tahun 2022



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> diakses 5 Desember 2024, pukul 11.41.

Menurut data di atas laporan E-Wallet Industry Outlook 2023 dari Insight Asia, platform yang paling banyak digunakan adalah Gopay, dengan proporsi pengguna 71%. Namun, Gopay bersaing sangat ketat dengan OVO, yang proporsi penggunaannya mencapai 70%. Sementara, pengguna platform dompet digital lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja proporsinya lebih sedikit seperti yang terlihat pada grafik. Insight Asia juga menemukan, sebagian besar responden pengguna dompet digital memanfaatkan platform tersebut untuk belanja online (79%). Ada pula yang memakainya untuk isi ulang pulsa (78%), transfer uang (78%), hingga membayar tagihan rumah tangga (45%).

Pada tahun 2024 menurut badan pusat statistik (BPS), hampir 30% rumah tangga di Indonesia memiliki dompet digital. 16,02% rumah tangga memiliki satu jenis dompet digital, 7,6% memiliki dua jenis dompet digital dan 5,56% memiliki dari dua jenis sementara itu, 70,81% rumah tangga lainnya belum memiliki dompet digital. Berdasarkan survei populix pada 2024 Go-Pay digunakan oleh 88% responden sedangkan Dana 83%

responden, OVO 79% responden dan ShopeePay 76% responden. Hal ini menunjukkan dari dua tahun belakangan ini pengguna dompet digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Gopay dari dua tahun belakangan ini menjadi dompet digital yang paling banyak digunakan. Hal ini membuat calon pengguna menyadari keberadaannya serta menarik perhatian calon pengguna, dengan memberi secara gratis saldo atau diskon besar saat membayar menggunakan Gopay. Kesan awal yang menarik dari diskon dan kenyamanan yang ditawarkan membuat pengguna Gopay semakin tertarik dan terus menggunakan Gopay. Bahkan ketika tiga dari enam informan mengalami masalah dengan layanan Go-Jek dan Gopay mereka, tanggapan dari *Customer Service* (CS) Go-Jek yang cepat memberikan rasa aman dan kepastian jika terjadi kendala di aplikasi gopay (Anifa et al., 2020).

Gopay memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di berbagai *merchant* yang bekerja sama, baik itu restoran, toko, atau layanan lainnya. Hal ini memudahkan pengguna dalam bertransaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Hal ini membuat teknologi finansial seperti e-wallet dan kode QR akan terus meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dengan membuka lebih banyak akses ke beragam aktivitas produktif. Gopay juga menyediakan fitur untuk membayar berbagai tagihan, seperti listrik, air, dan internet, sehingga pengguna dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien. Gopay sering menawarkan promo dan *cashback* yang menarik, yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong mereka untuk menggunakan aplikasi lebih sering. Hal ini membuat pengguna Gopay menjadi mudah dan efisien.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Basalamah et al., 2022), mengatakan kepercayaan, dan promosi secara signifikan mempengaruhi loyalitas pengguna *e-wallet* termasuk Gopay. Kemudahan dalam bertransaksi dan kepercayaan terhadap keamanan aplikasi menjadi faktor kunci yang meningkatkan loyalitas pengguna.

Gopay telah dirancang dengan antarmuka yang sederhana, sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami fungsinya. Studi oleh (Anifa et al., 2020) menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti top-up saldo atau pembayaran tagihan, merupakan faktor utama dalam keputusan konsumen untuk menggunakan Gopay. Generasi Z, yang akrab dengan teknologi sejak usia muda, lebih menyukai aplikasi yang tidak memerlukan banyak penyesuaian dan memberikan solusi instan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan Gopay seperti proses untuk melakukan transaksi, seperti pengisian saldo dan pembayaran, sangat mudah dan cepat. Hal ini juga aplikasi Gopay mudah di pahami dan pengguna baru dapat dengan cepat beradaptasi.

Salah satu inovasi terbaru dalam layanan dompet digital adalah fitur Tarik Tunai Tanpa kartu, yang memungkinkan pengguna menarik saldo mereka di ATM tanpa memerlukan kartu fisik, memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam transaksi keuangan. Menurut laporan *We Are Social & Hootsuite* (2023), lebih dari 72% pengguna internet di Indonesia telah menggunakan layanan dompet digital, menunjukkan tren digitalisasi yang terus berkembang. Gopay, sebagai salah satu dompet digital terbesar di Indonesia, terus berinovasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna, termasuk meningkatkan pengalaman pengguna, termasuk melalui fitur tarik tunai tanpa kartu. Fitur ini memudahkan pengguna untuk mengakses uang tunai tanpa harus membawa kartu ATM, yang sangat berguna dalam situasi darurat atau bagi mereka yang lebih mengandalkan transaksi digital.

Hasil penelitian terdahulu oleh (Inneke Angelina, 2020) menunjukkan bahwa fitur inovatif dalam dompet digital dapat meningkatkan loyalitas pengguna jika fitur tersebut mudah digunakan, aman, dan memberikan manfaat nyata. Studi lain oleh (H. Pratiwi, 2021) juga menyebutkan bahwa fitur tarik tunai tanpa kartu berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna, terutama di kalangan Generasi Z, yang lebih memilih layanan yang cepat dan efisien.

Kepercayaan merupakan faktor penting bagi pengguna sistem informasi yang baru, sehingga mereka merasa bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja individu dalam menjalankan tugas di dalam organisasi atau perusahaan (Agustina et al., 2022). Kepercayaan dapat diartikan sebagai kesiapan suatu pihak untuk menjalin kerja sama dengan pihak lain, yang didasarkan pada keyakinan dan rasa tanggung jawab. Hal ini diungkapkan oleh Mayers dalam penelitian yang dikutip oleh (Siti Masumah, 2024). Seseorang yang bersedia untuk membuat dirinya bertumpu dan merasa yakin, yang mana hal tersebut diberikan kepada orang lain pada situasi tertentu disebut dengan kepercayaan (Hanif, 2022).

Kepercayaan dapat dipahami sebagai penilaian terhadap hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi sesuai dengan harapan dalam lingkungan yang penuh ancaman. Ketidakpercayaan dan kekhawatiran akan masalah, termasuk kekhawatiran tentang kebocoran informasi pribadi, kurangnya keuntungan bisnis, serta tidak adanya standar untuk pembayaran yang aman, menciptakan hambatan bagi penerapan transaksi menggunakan Gopay (H. Pratiwi, 2021). Penelitian yang telah dilakukan oleh (Inneke Angelina, 2020) mengemukakan bahwa kepercayaan pengguna terhadap gopay, terutama memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pengguna. Pengguna merasa aman cenderung lebih loyal dan terus menggunakan gopay untuk transaksi mereka.

Peneliti memilih variabel promosi ini karena faktor promosi dapat mempengaruhi perilaku dan pemikiran konsumen dalam melakukan suatu pembelian yang dimana itu menjadi bagian dari perilaku konsumen. Promosi telah menjadi alat pemasaran yang efektif bagi aplikasi seperti Gopay untuk menarik dan mempertahankan pengguna. *Cashback*, diskon, dan program reward sering kali menjadi daya tarik utama bagi pengguna. Menurut (Kotler dan Keller, 2020), promosi memiliki dampak langsung terhadap persepsi nilai yang dirasakan oleh konsumen, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan produk atau layanan tertentu. Di Purwokerto, generasi Z sangat responsif terhadap

promosi yang ditawarkan oleh Gopay, seperti potongan harga di *merchant* lokal atau *cashback* untuk transaksi tertentu.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (H. Pratiwi, 2021) mengungkapkan bahwa strategi promosi yang tepat dapat meningkatkan loyalitas pengguna Gopay. Promosi yang relevan dan menarik bagi pengguna, terutama di kalangan Generasi Z, terbukti efektif dalam menarik perhatian dan mempertahankan pengguna. Menurut Sutisna Fandy Tjiptono (2000:110) loyalitas pelanggan diartikan sebagai kelangsungan konsumen terhadap suatu merek dan toko, yang tercermin melalui tindakan positif, seperti pembelian yang konsisten atau pembelian ulang. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk atau layanan, serta memberikan produk atau layanan tersebut kepada teman dan rekan mereka.

Mempertahankan loyalitas pelanggan perlu diupayakan dengan membangun kepercayaan dari pelanggan atau konsumen dalam menggunakan. Kepercayaan adalah aspek fundamental dalam bisnis berbasis teknologi, terutama yang melibatkan transaksi keuangan. Kepercayaan dibangun melalui reputasi aplikasi, keamanan data, dan jaminan transaksi yang bebas dari risiko, kepercayaan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pengguna di platform digital. Pada Gopay, fitur seperti verifikasi dua faktor (otentikasi dua faktor) dan proteksi data pribadi dirancang untuk membangun rasa aman bagi pengguna.

Studi oleh (Hanif, 2022) menunjukkan bahwa pengguna yang merasa aman dan percaya pada sistem aplikasi akan lebih cenderung untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Di sisi lain, risiko keamanan seperti kebocoran data atau penipuan dapat merusak kepercayaan pengguna dan berdampak pada loyalitas. Menurut (Rika Widianita, 2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa faktor-faktor seperti, kepercayaan, dan promosi

berkontribusi terhadap loyalitas pengguna aplikasi pembayaran digital. Penelitian ini menekankan pentingnya adaptasi strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang berubah setelah pandemi.

Untuk objek penelitiannya, peneliti menggunakan Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang paling terpapar dengan teknologi sejak usia dini. Mereka memiliki karakteristik unik dalam perilaku konsumsi, yaitu lebih memilih layanan yang cepat, efisien, dan mudah diakses melalui perangkat mobile. Dalam konteks fintech, Generasi Z sering kali menjadi segmen pengguna yang paling cepat dalam mengadopsi inovasi baru. Generasi Z, yang dikenal sebagai kelompok digital-native, mendominasi pengguna dompet digital di Indonesia. Survei menunjukkan bahwa 68% dari Generasi Z di Indonesia secara aktif menggunakan dompet digital untuk pembayaran harian Menurut (Basalamah et al., 2022), Generasi Z di Indonesia memiliki preferensi tinggi terhadap aplikasi dengan fitur yang inovatif dan promosi yang relevan. Namun, mereka juga sangat kritis terhadap pengalaman pengguna yang buruk atau layanan yang tidak memenuhi ekspektasi mereka.

Generasi Z dikenal sebagai pengguna teknologi yang adaptif dan menjadi segmen utama dalam pasar aplikasi keuangan digital seperti Gopay. Di Purwokerto, penggunaan aplikasi ini meningkat seiring dengan kebutuhan transaksi yang praktis dan aman. Namun fenomena di lapangan menunjukkan bahwa loyalitas pengguna Generasi Z terhadap aplikasi Gopay masih menjadi tantangan. Meskipun kemudahan, kepercayaan, dan promosi telah diterapkan oleh perusahaan, loyalitas pengguna cenderung fluktuatif, bahkan beberapa pengguna beralih ke platform lain. Penelitian terdahulu tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan promosi terhadap loyalitas pengguna aplikasi keuangan digital menunjukkan hasil yang beragam. Sebagian besar penelitian menyebutkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang dominan, sementara lainnya mengidentifikasi kepercayaan sebagai faktor utama.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan 30 responden Generasi z di Purwokerto yang aktif menggunakan aplikasi Gopay, ditemukan bahwa sebagian besar dari mereka memilih Gopay karena kemudahan pengguna (73%), kepercayaan terhadap keamanan aplikasi (67%), dan promosi yang menarik seperti *cashback* dan diskon (80%). Salah satu responden menyampaikan: *“Gopay itu gampang banget dipakai dan sudah terpercaya, jadi saya pakai hampir tiap hari buat transaksi harian.”*(wawancara dengan N, 17 tahun, Pelajar). Responden lainnya menyatakan: *“Promo dan cashback-nya bikin saya betah pakai Gopay, apalagi kalau lagi ada diskon di merchant tertentu.”*(wawancara dengan H, 23 tahun).

Kondisi ini menunjukkan perlunya mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas pengguna Generasi Z terhadap aplikasi Gopay di Purwokerto. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah loyalitas mempengaruhi aspek kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu tersebut, sekaligus memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna melalui optimalisasi aspek kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Tarik Tunai Tanpa Kartu terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay pada Generasi Z di Purwokerto”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah didapatkan, selanjutnya dapat dirumuskan ke dalam bentuk pertanyaan yaitu :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada Generasi Z di Purwokerto?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada Generasi Z di Purwokerto?
3. Apakah Tarik Tunai Tanpa Kartu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada Generasi Z di Purwokerto?

4. Apakah kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-pay pada Generasi Z di Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada Generasi Z di Purwokerto.
- b. Menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada Generasi Z di Purwokerto.
- c. Menganalisis pengaruh Tarik Tunai Tanpa Kartu terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada Generasi Z di Purwokerto.
- d. Menganalisis pengaruh kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu secara simultan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-pay pada Generasi Z di Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, sebagai berikut:

a. Teoritis

- 1) Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran digital, perilaku konsumen, dan teknologi finansial (*fintech*), dengan fokus pada kepercayaan, promosi, dan fitur tarik tunai tanpa kartu terhadap loyalitas pengguna.
- 2) Memperkaya literatur akademik dalam studi tentang loyalitas pelanggan khususnya bagi pengguna dompet digital di kalangan Generasi Z.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Penulis dapat mengembangkan ketrampilan analisis data, pemecahan masalah, yang dapat menunjang kompetensi

akademik dan profesional di bidang keuangan dan teknologi digital.

2) Bagi Perusahaan Fintech

Memberikan informasi strategis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna generasi z, yang dapat digunakan untuk mengembangkan kebijakan promosi, sistem keamanan aplikasi, dan inovasi fitur, guna meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.

3) Bagi Pengguna Dompot Digital

Penelitian ini memberikan mengenai pentingnya memilih layanan keuangan digital yang tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga memperhatikan aspek keamanan, kepercayaan, dan manfaat promosi.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan struktur yang disusun untuk guna memudahkan pembaca dalam memahami pokok-pokok pembahasan di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisikan Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini berisikan mengenai deskripsi konseptual (teori-teori) fokus, subfokus dan hasil penelitian dari penelitian yang relevan serta memuat tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi sampel, variabel dan indikator penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik

analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Berisi hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data serta pembahasan atas pengelola data.

BAB V : Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan terkait jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas, kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori Teknologi Penerimaan (Technology Acceptance Model/TAM)

a. Pengertian Teori Teknologi Penerimaan (Technology Acceptance Model/TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh (Fred Davis, 1989) sebagai kerangka kerja untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. *Technology Acceptance Model (TAM)* yaitu untuk menjelaskan penentu penerimaan dari suatu teknologi yang berbasis informasi secara umum. Selain itu, *Technology Acceptance Model (TAM)* juga dapat menjelaskan tingkah laku *end user* dari adanya teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai yang dapat menyediakan dasar dalam rangka untuk mengetahui pengaruh dari factor eksternal terhadap landasan psikologis. *Technology Acceptance Model (TAM)* biasanya digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana cara seseorang untuk mendapatkan kemajuan teknologi baru, dan variabel apa saja yang dapat mempengaruhi seleksi, pengakuan, dan niat dalam penggunaan inovasi (Purwanto & Budiman, 2020).

Menurut Davis (1989), Keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi. Model ini mengidentifikasi dua variabel utama yang menentukan penerimaan teknologi, yaitu :

1. *Perceived Usefulness (PU)*

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Jika suatu teknologi dianggap bermanfaat, maka pengguna lebih cenderung menerimanya.

2. *Perceived Ease of Use (PEU)*

Keyakinan pengguna bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari kesulitan atau hambatan sehingga mudah dipelajari dan digunakan.

TAM terdiri dari beberapa komponen yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima teknologi baru:

1. *External Variables* (Variable Eksternal)

Faktor luar yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi, seperti desain sistem, promosi, pengalaman pengguna lain, atau rekomendasi teman.

2. *Perceived Usefulness* (Manfaat yang dirasakan-PU)

Seberapa besar pengguna merasa bahwa teknologi ini membantu mereka sehari-hari.

3. *Perceived Ease Of Use* (Kemudahan penggunaan-PEU)

Seberapa mudah teknologi tersebut digunakan tanpa kesulitan.

4. *Attitude Toward Using* (ATU)

Kepuasan setelah penggunaan, kesediaan untuk menggunakan Kembali, perasaan nyaman saat menggunakan fitur, minat untuk mengeksplorasi fitur lebih lanjut.

5. *Behavioral Intention to Use* (BIU)

Minat untuk terus menggunakan fitur ini, kemungkinan merekomendasikan kepada orang lain, keinginan untuk menggantikan metode lama, keyakinan akan manfaat jangka panjang.

6. *Actual System Use* (AU)

Frekuensi penggunaan fitur, penggunaan fitur dalam berbagai situasi, Tingkat kepercayaan dalam menggunakan fitur.

Kelebihan metode TAM adalah pengolahan data yang diperoleh dari jawaban responden terdiri dari beberapa variabel, diantaranya:

- 1) Desain antarmuka
- 2) Kemudahan penggunaan sistem
- 3) Sikap pengguna terhadap sistem informasi
- 4) Perilaku pengguna sistem
- 5) Kondisi aktual pengguna sistem

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan teknologi. Kepercayaan pada layanan sistem pembayaran digital (E-wallet) memiliki pengaruh yang cukup besar pada minat pengguna dalam melakukan transaksi (S. Pratiwi & Sofwan, 2022). Kepercayaan merupakan penilaian atas hubungan antara seseorang dengan orang lain Ketika melakukan transaksi tertentu. Kepercayaan adalah keyakinan seseorang kepada pihak lain bahwa pihak lain tersebut dapat dipercayai sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepercayaan dapat membantu pengguna untuk mengatasi kekhawatiran yang dihadapinya dalam mengadopsi suatu layanan keuangan digital. Semakin tinggi Tingkat kepercayaan pengguna terhadap penyedia layanan e-wallet maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakannya (Khairunisa, 2016).

b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Menurut (Rifa'i, 2019) mengatakan ada dua faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan yaitu sebagai berikut:

1. Faktor rasional,

yaitu bersifat strategis dan kalkulatif atau dapat diartikan sebagai orang yang dapat dipercaya karena memiliki keahlian khusus/memiliki jabatan yang profesional.

2. Faktor relasional

dapat disebut juga faktor afektif atau moralistik. Kepercayaan ini berakar dari adanya etika yang baik, yang berbasis pada keahlian seseorang.

c. Indikator Kepercayaan

Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variabel kepercayaan menurut Mayer, Davis & Schoorman (1995) dalam (Khairunnisa, 2023), diantaranya sebagai berikut:

1. Kemampuan (*Ability*)

Mengacu pada kompetensi dan karakteristik dari penyedia layanan.

2. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Keinginan dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

3. Integritas (*Integrity*)

Presepsi pengguna bahwa Perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti misalnya menepati janji, jujur dan berperilaku sesuai etika.

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu elemen dalam serangkaian aktivitas pemasaran suatu produk. Kegiatan promosi mencakup semua tindakan yang diambil oleh penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli, serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, promosi juga berfungsi untuk mengingatkan konsumen lama agar kembali melakukan pembelian (Lalu Agustino, 2021). Dalam penelitian (Inneke Angelina, 2020) mendefinisikan promosi sebagai salah satu metode untuk mengkomunikasikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan tujuan agar konsumen dapat mengenali produk tersebut dan melakukan pembelian.

Dari definisi di atas disimpulkan bahwa promosi merupakan elemen penting dalam aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, promosi juga berfungsi untuk mengingatkan konsumen lama agar kembali membeli produk. Dengan demikian, promosi berperan sebagai metode komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

b. Indikator Promosi

Adapun indikator yang digunakan sebagai tolak ukur pada variabel promosi menurut Philip Kotler, & Kevin Lane Keller (2016) dalam (Farisi dan Siregar, 2020), promosi dapat diukur dengan menggunakan indikator berikut :

1) *Adverthising* (periklanan)

merupakan penyampaian pesan atau informasi yang bertujuan untuk menjual barang, jasa dan ide kepada masyarakat secara persuasif.

2) *Sales Promotion* (promosi penjualan)

kegiatan menawarkan secara insentif pada periode tertentu dengan tujuan menarik calon pelanggan dan penjual bahkan perantara.

3) *Public Relation* (hubungan masyarakat)

membangun hubungan yang baik untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan dan membangun citra yang baik dan bagus sehingga masyarakat memilih image yang baik terhadap perusahaan.

4) *Public Relation* (hubungan masyarakat)

membangun hubungan yang baik untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan dan membangun citra yang baik dan

bagus sehingga masyarakat memilih image yang baik terhadap perusahaan.

4. Tarik Tunai Tanpa Kartu

a. Pengertian Tarik Tunai Tanpa Kartu

Banyak transaksi yang bisa dilakukan melalui mesin ATM seperti transfer uang, cek saldo rekening tabungan, bayar tagihan dan tarik tunai. Tarik tunai adalah sebuah transaksi yang dilakukan nasabah melalui mesin ATM untuk mengambil uang yang ada di dalam rekening tabungan, saat akan melakukan transaksi nasabah harus memasukkan stick rahasia terlebih dahulu. Besar uang yang dapat diambil nasabah tergantung dari jenis kartu atm yang digunakan, karena setiap kartu punya batas yang berbeda, ada yang Rp5 juta per hari, Rp15 juta hari, dan seterusnya. Penarikan tunai melalui mesin atm yang sesuai dengan kartu atm yang digunakan tidak akan dikenakan biaya, sedangkan jika menggunakan kartu atm dan mesin atm yang berbeda maka dikenakan biaya sebesar Rp 6500 per transaksi (Pitaloka, 2022).

b. Indikator Tarik Tunai Tanpa Kartu

Menurut (Pitaloka, 2022) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Tarik Tunai Tanpa Kartu, yaitu:

1) Kemudahan Akses

Pengguna dapat menarik uang tunai tanpa membawa kartu fisik, hanya dengan menggunakan *smartphone*.

2) Keamanan Transaksi

Penggunaan kode transaksi unik hanya berlaku untuk satu kali penarikan, mengurangi risiko kehilangan atau pencurian kartu.

3) Kecepatan dan Efisiensi

Proses penarikan tunai menjadi lebih cepat dan efisien karena tidak memerlukan kartu fisik dan mengurangi risiko kehilangan kartu.

4) Ketersediaan Layanan

Kemampuan untuk melakukan penarikan penarikan di berbagai ATM atau *merchant* yang mendukung fitur ini, seperti Indomaret dan alfamart.

5) Perlindungan Data Pengguna

Penggunaan teknologi enkripsi dan autentikasi untuk memastikan bahwa informasi pribadi dan finansial pengguna tetap aman selama proses transaksi.

5. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Menurut (Rika Widianita, 2023) mengatakan bahwa loyalitas adalah respon kepada konsumen terhadap perilaku pembeliannya yang dimana selalu memperhatikan satu atau lebih macam merek diantara banyak merek yang ada. Loyalitas adalah komitmen yang kuat untuk melakukan transaksi atau berhubungan dengan barang atau layanan tertentu, tanpa terpengaruh oleh kondisi yang dapat mengubah sifat dan strategi pemasaran di masa mendatang (Saputri et al., 2021). Menurut (Astuti dan Amanda, 2020:67) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan sebagai keterikatan konsumen terhadap sebuah merek dan toko, pemasukan berlandaskan pada tindakan yang paling positif dan terlihat pada pembelian yang konsisten atau pembelian ulang. Dari definisi yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan dalam melakukan pembelian secara berulang terhadap suatu produk atau layanan dan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada teman dan rekannya.

b. Indikator Loyalitas

Menurut Griffin, J (2005) dalam (Farisi dan Siregar, 2020) bagaimana pelanggan dapat dikatakan loyal terhadap perusahaan dapat dijelaskan seperti berikut:

1. Pembelian ulang secara teratur (*repeat purchase*)

yaitu menggambarkan kecenderungan seseorang dalam melaksanakan suatu pembelian secara berulang di waktu yang akan datang.

2. Kebiasaan atau tetap mengonsumsi produk

kebiasaan mengonsumsi produk ketika seseorang melakukan pembelian secara berulang dalam waktu tertentu.

3. Perekomendasi merek kepada orang lain

mendorong orang lain untuk melakukan pembelian pada suatu produk dengan alasan cukup baik untuk dikonsumsi dari perusahaan tersebut kemudian secara tidak langsung mereka membawa konsumen kepada perusahaan karena ketidaksadarannya telah melakukan pemasaran untuk perusahaan.

4. Tetap setia menjadi pelanggan

setia terhadap produk dan tidak memiliki daya tarik untuk mengonsumsi produk atau jasa dari perusahaan lain.

B. Landasan Teologis

1. Kepercayaan

Kepercayaan (Amanah) dalam Islam merupakan nilai utama yang harus dijaga dalam setiap interaksi bisnis dan keuangan. Dalam Islam. Kepercayaan tidak hanya berhubungan dengan hubungan antara manusia (hablum minannas), tetapi juga dengan hubungan dengan manusia kepada Allah (hablum minallah) Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisaa (4): 58:

تَحْكُمُوا أَنَّ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِهِمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تُؤَدُّوْنَ أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ إِنَّ
 ﴿٥٨﴾ بِصِيرَةٍ سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعْطُكُمْ نِعَمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkannya dengan adil" (Q.S. An-Nisaa ayat 58).

Maksud ayat tersebut yaitu kepercayaan dalam layanan fintech seperti Gopay harus dijaga dengan prinsip Amanah, yaitu menjaga keamanan data pengguna, transparansi transaksi, dan kejujuran dalam layanan. Penyedia layanan harus menghindari praktik kecurangan dan memastikan bahwa sistemnya dapat diandalkan, sehingga pengguna merasa aman dan nyaman dalam menggunakan fitur Tarik tunai tanpa kartu.

2. Promosi

Dalam perspektif Islam, promosi dan pemasaran diperbolehkan selama dilakukan dengan jujur dan tidak menipu. Prinsip utama dalam promosi adalah kejujuran dan beriklan dan tidak membesar-besarkan produk secara berlebihan. Sesuai sabda Rasulullah SAW dalam HR. Al-Baihaqi:

الْقِيَامَةِ يَوْمَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصِّدِّيقِينَ النَّبِيِّينَ مَعَ الْأَمِينِ الصَّدُوقِ التَّاجِرِ

Artinya: "pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada di hari kiamat" (HR.Al-Baihaqi, No. 11626).

Maksud dari hadits tersebut yaitu, promosi dalam fintech seperti Gopay harus dilakukan dengan kejujuran, tanpa menyesatkan pengguna dengan janji-janji promosi yang tidak jelas atau memiliki syarat tersembunyi. Program cashback dan diskon yang ditawarkan harus transparan dan tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) yang dapat merugikan pengguna. Dalam ekonomi Islam, promosi

yang berbasis keadilan dan keterbukaan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

3. Loyalitas

Dalam perspektif Islam, loyalitas (wafa' dan itqan) dalam Islam berkaitan dengan kesetiaan dan konsistensi dalam melakukan sesuatu dengan baik dan bertanggung jawab. Dalam konteks bisnis dan transaksi, loyalitas muncul Ketika sebuah Perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan. Sebagai firman Allah SWT dalam QS. Al-Mutafifin (83) 1-3:

كَالْوَهْمِ وَإِذَا يَسْتَوْفُونَ النَّاسَ عَلَى اكْتَالُوا إِذَا الَّذِينَ ۝۱ لِّلْمُطَفِّفِينَ وَيَلُّ ۝۲ يُخْسِرُونَ ۝۳ وَزَنُّهُمْ أَوْ

“celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”(QS. Al-Mutaffifin (83):1-3).

Maksud dari ayat tersebut yaitu penyedia layanan fintech seperti Gopay harus konsisten dalam memberikan layanan yang adil dan transparan agar pengguna tetap loyal. Kepuasan pengguna harus dijaga melalui peningkatan kualitas layanan, fitur yang mudah digunakan, dan perlindungan data pengguna. Jika Gopay memberikan layanan yang jujur dan berkualitas, pengguna akan lebih loyal dan terus menggunakan layanan ini secara berkelanjutan.

C. Kajian Pustaka

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber dari beberapa hasil penelitian-penelitian terdahulu yang mana akan dianalisis oleh peneliti agar terlihat persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai dasar penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Anifa, F., Anisa, Fadhila, N., & Prawira, IFA (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna di Indonesia.	Hasil penelitian dalam penelitian ini strategi promosi yang efektif, citra merek yang kuat, dan membangun kepercayaan sangat penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Studi ini menekankan pentingnya faktor-faktor ini dalam konteks pengalaman dan persepsi responden.	Persamaan : Variabel Independen kemudahan Perbedaan : Tempat penelitian dan variabel Manfaat pada pengguna layanan gopay
2.	Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Go-Pay Pada Generasi Milenial di Kota Palu.	Hasil penelitian dalam penelitian ini bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki efek positif dan signifikan pada minat generasi milenial dalam menggunakan Gopay. Koefisien jalur untuk kemudahan penggunaan yang dirasakan (X_1) adalah 0,707, dengan nilai signifikansi (Sig.) 0,000, menunjukkan hubungan yang	Persamaan : meneliti gopay Perbedaan : Variabel independent kemudahan dan variabel risiko serta generasi milenial di kota palu

		kuat.	
3.	Hanif, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Dompet Digital GoPay	Berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini bahwa persepsi kenyamanan secara positif mempengaruhi minat dalam menggunakan GoPay. Ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam mengadopsi instrumen elektronik .	Persamaan: variabel independent kepercayaan pada pengguna dompet digital gopay Perbedaan : Variabel independent kemudahan
4.	Anisya Lutfia, Arifah Hidayati, Syofian (2024). Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Gopay Pada Generasi Z di Kota Bengkulu	Hasil dari penelitian ini bahwa promosi memiliki efek positif dan signifikan pada keputusan untuk menggunakan GoPay. Ini didukung oleh nilai t-count 3,216, yang lebih besar dari nilai t-tabel 0,676, dan nilai signifikansi 0,002, yang kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa peningkatan upaya promosi dapat menyebabkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk menggunakan	Persamaan : variabel independent promosi Perbedaan : tempat penelitian dan variabel independent kemudahan dan keamanan

		GoPay	
5.	Anissa, FDN, Jaya, JNU, & Surmiati. (2022). Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet OVO dan GoPay Dengan Metode User Experience Questionnaire.	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Hasil menunjukkan bahwa OVO dan GoPay menerima evaluasi positif dari responden, dengan skor rata-rata lebih besar dari 0,8 pada skala UEQ. Ini menunjukkan bahwa pengguna umumnya menemukan kedua aplikasi ramah pengguna dan efektif dalam memenuhi kebutuhan mereka. Penelitian melibatkan ukuran sampel 85 responden, yang ditentukan berdasarkan populasi 486 individu dengan margin kesalahan 10%. Pendekatan metodologis ini menambah kredibilitas pada temuan .	Persamaan : variable umum pengguna aplikasi gopay Perbedaan : variabel kepercayaan dan promosi serta studi kasus pada penelitian ini adalah generasi z
6.	Diana Junianti Lestrari (2023). Pengaruh promosi, citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dompet digital shopeepay	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa loyalitas mempengaruhi pelanggan, generasi z lebih menekankan tunjangan bulanan	Persamaan : Variabel independent promosi dan variabel dependent loyalitas Perbedaan : peneliti terdahulu menggunakan shopeepay

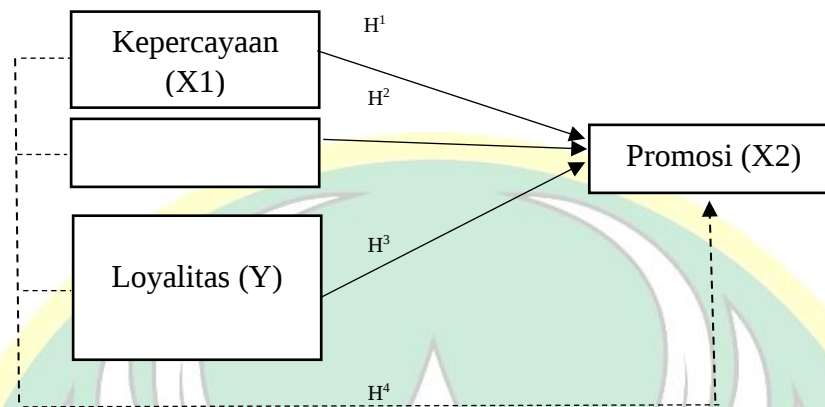
		dan peningkatan preferensi untuk metode	sedangkan penelitian ini menggunakan Gopay
7.	Diah Ayu Pitaloka (2022), Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia.	Hasil dari penelitian menyatakan Penelitian ini menyoroti bahwa efisiensi secara signifikan meningkatkan kinerja suatu unit, yang mengarah pada output maksimal. Ini menunjukkan bahwa organisasi atau sistem yang memprioritaskan efisiensi dapat mengharapkan peningkatan produktivitas dan efektivitas dalam operasional mereka	Persamaan : variabel independent minat nasabah menggunakan layanan Tarik tunai tanpa kartu Perbedaan : variabel kemudahan, dan kecemasan serta studi kasus pada penelitian ini adalah gopay

Sumber: Penelitian terdahulu

D. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian dibuat untuk dasar dalam merumuskan hipotesis. Menurut (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dari landasan teori, yang sudah dijelaskan di atas, penelitian ini melakukan analisis tentang pengaruh pengetahuan, modal minimal, dan persepsi, risiko investasi terhadap minat investasi generasi z di pasar modal dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Berikut ini adalah gambaran dari kerangka berpikir dalam penelitian ini:

Gambar 2.1
Kerangka penelitian



Keterangan

----->: pengaruh variabel secara simultan terhadap variabel terikat.

————>: pengaruh variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat.

Kerangka penelitian ini meneliti pengaruh kemudahan, promosi dan tarik tunai tanpa kartu terhadap loyalitas penggunaan aplikasi gopay pada generasi z di purwokerto. Kemudahan (X1), Promosi (X2), dan Tarik Tunai Tanpa Kartu (X3) sebagai variabel independent. Sementara Loyalitas (Y) sebagai variabel dependen.

E. Hipotesis

Hipotesis penelitian, menurut (M. Askari Zakariah, 2021), prosedur yang didasarkan pada bukti sampel untuk menentukan apakah hipotesa adalah pernyataan yang wajar mengenai nilai suatu bukti sampel yang dimaksudkan untuk pengujian. Kesimpulan yang harus diuji kebenarannya yang berguna untuk mengambil keputusan atau apakah hipotesa tersebut tidak wajar dan harus di tolak. Dalam penelitian sosial, pengujian hipotesis adalah bagian dari proses penelitian yang bertujuan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak. Dalam kerangka penelitian ini, hipotesis dapat di rumusan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Go-Pay.

kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam penggunaan teknologi, Kepercayaan pada layanan sistem pembayaran digital (e-wallet) memiliki pengaruh yang cukup besar pada minat pengguna dalam melakukan transaksi (S. Pratiwi & Sofwan, 2022). Didukung oleh penelitian yang diteliti oleh (Rika Widianita, 2023) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Demikian dijelaskan bahwa jawaban sementara dari penelitian ini yaitu

H_1 = Pengaruh kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna aplikasi Go-Pay.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Go-Pay.

Promosi adalah salah satu elemen dalam serangkaian aktivitas pemasaran suatu produk. Kegiatan promosi mencakup semua tindakan yang diambil oleh penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli, serta mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Selain itu, promosi juga berfungsi untuk mengingatkan konsumen lama agar kembali melakukan pembelian (Lalu Agustino, 2021). Didukung oleh penelitian yang diteliti oleh (Anifa et al., 2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Demikian dijelaskan bahwa jawaban sementara dari penelitian ini yaitu:

H_3 = Pengaruh promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna aplikasi Go-Pay.

3. Pengaruh Tarik Tunai Tanpa Kartu Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Go-Pay

Tarik tunai adalah sebuah transaksi yang dilakukan nasabah melalui mesin atm untuk mengambil uang yang ada di dalam rekening tabungan, saat akan melakukan transaksi nasabah harus memasukkan stick rahasia terlebih dahulu. Besar uang yang dapat diambil nasabah

tergantung dari jenis kartu atm yang digunakan, karena setiap kartu punya batas yang berbeda, ada yang Rp5 juta per hari, Rp15 juta hari, dan seterusnya. Penarikan tunai melalui mesin atm yang sesuai dengan kartu atm yang digunakan tidak akan dikenakan biaya, sedangkan jika menggunakan kartu atm dan mesin atm yang berbeda maka dikenakan biaya sebesar Rp 6500 per transaksi (Pitaloka, 2022).

H_3 = Pengaruh tarik tunai tanpa kartu berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna aplikasi Go-Pay.

4. Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Tarik Tunai Tanpa Kartu Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Gopay.

Menurut penelitian oleh Rika Widianita (2023) mengkaji pengaruh kepercayaan, promosi, dan kemudahan layanan digital terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna. Jika sebuah aplikasi *e-wallet* mampu menggabungkan kepercayaan yang kuat, strategi promosi yang efektif, serta fitur inovatif yang memberikan kemudahan bagi pengguna, maka tingkat loyalitas pengguna akan meningkat secara signifikan.

H_4 = Kepercayaan, Promosi, dan Tarik Tunai Tanpa Kartu berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-pay pada generasi z di Purwokerto.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis, mengukur variabel dan mencari hubungan antar variabel, atau statistik yang dikumpulkan melalui survei, kuesioner (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini variabel bebas (X) dibandingkan dengan variabel terikat (Y) dan dianalisis hipotesis. Dalam penelitian ini, variabel *independent* (variabel bebas) yaitu terdiri dari kemudahan, kepercayaan, dan promosi sedangkan variabel dependent (variabel terikat) terdiri dari loyalitas penggunaan aplikasi Gopay. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang mencakup pengumpulan data dengan angka statistik dalam mengolah data.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Purwokerto, Banyumas Jawa Tengah.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan 6 Desember 2024 sampai dengan - 12 Mei 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekumpulan data yang berasal dari subyek atau obyek yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu Generasi Z yang menggunakan aplikasi Gopay di Purwokerto

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah yang dapat digunakan untuk mewakili populasi secara keseluruhan karena subset dari populasi memiliki ciri-ciri yang sebanding dengan populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi z yang menggunakan aplikasi Gopay di Purwokerto. Teknik yang di pakai dalam penelitian ini adalah teknik sampling, peneliti menggunakan *nonprobability* sampling. *Nonprobability* sampling adalah teknik pengambilan data yang tidak memberikan peluang atau kesempatan bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2023).

Peneliti tidak mengetahui jumlah populasi pengguna Gopay yang ada di kota purwokerto secara pasti, maka peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* dengan taraf signifikansi atau kesalahan yang berkisar 5%, yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z-score (berdasarkan tingkat kepercayaan, 1,96)

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

e = Alpha (0,05) atau *sampling error* = 5%

Dengan rumus tersebut maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 (1-0,5)}{(0,05)^2} n = 384,16$$

berdasarkan dari hasil hitung dengan menggunakan rumus *lemeshow* hasil untuk sampel yaitu 384,16 dan peneliti bulatkan menjadi 385 sampel.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Variabel adalah istilah untuk kualitas atau sifat subjek penelitian yang dapat berubah secara kuantitatif atau kualitatif. Variabel merupakan penilaian yang diambil dengan skor yang berbeda guna mendapatkan perkiraan akurat tentang apa yang sedang terjadi. Berikut ini merupakan variabel penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini.

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*) yang digunakan pada penelitian ini adalah Kepercayaan (X1), Promosi (X2), dan Tarik Tunai Tanpa Kartu (X3).
- b. Variabel terikat (*Dependent Variable*) yang digunakan pada penelitian ini adalah loyalitas

2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dibagikan kepada Generasi Z yang menggunakan aplikasi Gopay di Purwokerto.

Tabel 3. 1 Indikator Penilaian

No.	Kategori	Indikator
1.	Kepercayaan (Mayer, Davis & Schoorman,1995)	a. Kemampuan b. Kebaikan hati c. Integritas
2.	Promosi (Philip Kotler & Kevin Lane Keller,2016)	a. <i>Adverthising</i> b. <i>Sales Promotion</i> c. <i>Public Relation</i>
3.	Tarik Tunai Tanpa Kartu (Pitaloka,2022)	a. Kemudahan akses b. Keamanan transaksi c. Kecepatan dan efisiensi d. Ketersediaan layanan e. Perlindungan data

		pengguna
4.	Loyalitas (Griffin, J, 2005)	a. Pembelian ulang secara teratur b. Kebiasaan atau tetap mengonsumsi produk c. Perekomendasi merek pada orang lain d. Tetap setia menjadi pelanggan

E. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang digunakan oleh penulis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari subyek yang berhubungan dengan penelitian ini. Data primer diambil dari kuesioner yang dibuat melalui wawancara pengguna aplikasi Go-Pay.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang secara tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini dan dikumpulkan oleh peneliti untuk menambah data primer. Peneliti memperolehnya dari jurnal akademik dan internet maupun buku.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2023) mendefinisikan wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dimana ada pewawancara dan narasumber. Dalam kegiatannya dilakukan tanya jawab diantara keduanya untuk memperoleh jawaban atas keterangan untuk kepentingan penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu dimana peneliti sebagai pewawancara menyiapkan serangkaian pertanyaan tertulis untuk mewawancarai narasumber yang ditujukan kepada Generasi z yang ada di Purwokerto yang menggunakan aplikasi Gopay yang bertujuan sebagai data penguat atas hasil jawaban angket atau kuesioner dari responden .

2. Penyebaran Angket atau Kuesioner

Kuesioner berfungsi sebagai instrumen penelitian yang tak ternilai, mewakili pendekatan sistematis untuk pengumpulan data yang memerlukan administrasi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diarahkan kepada responden terpilih, sehingga mendapatkan informasi terkait. Pernyataan yang disajikan dalam batas-batas kuesioner dievaluasi dengan cermat menggunakan skala likert, metodologi pengukuran yang diakui secara luas yang dirancang untuk penelitian dari sikap, pendapat, dan persepsi yang di pegang mengenai berbagai fenomena sosial sehingga memungkinkan pemahaman yang bernuansa tentang perspektif (Sugiyono, 2023).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Nilai Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Teknik pengumpulan data ini melibatkan pernyataan-pernyataan penelitian yang akan disusun dalam formulir Google (Google From) dan akan didistribusikan kepada responden melalui media sosial dalam format Gfrom.

3. Literatur Review (Studi Kepustakaan)

Literatur review didefinisikan sebagai ringkasan yang didapatkan dari suatu sumber bacaan yang berkaitan dengan bahasan penelitian. Latar belakang yang membahas fungsi persiapan pengumpulan data aktual biasanya akan tertulis dalam sebuah tinjauan literatur di dalam survei terbaru, kajian pustaka ini juga digunakan untuk menciptakan konteks masa lalu. (Muannif Ridwan, 2021)

G. Teknik Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan kerangka metodologis yang digunakan untuk analisis data dengan cara yang menggambarkan atau mencirikan data yang dikumpulkan, tanpa tujuan untuk memperoleh kesimpulan menyeluruh atau merumuskan generalisasi. Jenis penyelidikan deskriptif ini terbukti bermanfaat ketika penyidik bertujuan untuk memberikan penggambaran data sampel, tanpa niat menarik kesimpulan yang berlaku untuk populasi yang lebih luas dari mana sampel telah diturunkan (Sugiyono, 2023)

b. Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah pemeriksaan yang dirancang untuk memastikan validitas atau ketidakabsahan instrumen pengukuran. Instrumen pengukuran dalam konteks ini berkaitan secara khusus dengan pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang disajikan dapat secara efektif mengungkapkan konstruksi yang diukur dengan kuesioner. (Janna, 2021). Dalam menggunakan uji validitas data, peneliti akan menggunakan software SPSS. Dalam menentukan sebuah data valid atau tidak.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur atau konsistensinya bahkan setelah pengukuran berulang. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur

dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur dianggap andal jika menghasilkan hasil yang konsisten meskipun diukur berulang kali (Janna, 2021). Dalam melakukan uji reliabilitas data, peneliti akan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan metode analisis reliabilitas skala menggunakan *two-tailed*. Untuk menentukan apakah data diandalkan atau tidak, peneliti dapat melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada SPSS.

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pendekatan metodologis yang digunakan untuk memastikan apakah kumpulan data berasal dari populasi yang mengikuti distribusi normal. Distribusi normal dicirikan oleh sifat sistematisnya, dimana mode, rata-rata, dan median berada di pusat. Distribusi normal secara formal diidentifikasi sebagai distribusi probabilitas yang memiliki sifat khas menyerupai kurva berbentuk lonceng ketika direpresentasikan secara grafis sebagai histogram. Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. (Nuryadi, 2017)

Dalam pengujian analisis statistik, dapat menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi alpha sebesar 5%. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tidak mengikuti distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari penilaian multikolinearitas adalah untuk mengevaluasi keberadaan hubungan atau korelasi antara variabel independen. Secara ideal variabel independen seharusnya tidak menunjukkan korelasi satu sama lain. Jika ada korelasi yang diidentifikasi variabel yang dimaksud tidak dapat dianggap ortogonal. Variabel ortogonal berkaitan dengan variabel independen yang

ditandai dengan kurangnya korelasi di antara mereka sendiri, menghasilkan koefisien korelasi nol (Ghozali, 2018).

Untuk menentukan keberadaan multikolinieritas, perhatikan apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas, misalnya jika korelasinya melebihi nilai 0,90. Hal ini mengidentifikasi adanya multikolinieritas. Metode lain untuk mengidentifikasi adalah dengan memperhatikan nilai toleran yang ≤ 10 , yang menunjukkan adanya multikolinieritas. Selain itu nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) ≥ 10 juga mengidentifikasi multikolinieritas. Jika terdapat nilai eigenvalue yang mendekati nol untuk satu atau lebih variabel bebas, ini juga menandakan adanya multikolinieritas (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengevaluasi adanya perbedaan dalam varians residu di seluruh pengamatan dalam model regresi. Ketika varians residu tetap konstan atau seragam di seluruh pengamatan yang berbeda, fenomena ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, ketika ada variasi-variasi residual di antara pengamatan, situasi ini dicirikan sebagai heteroskedastisitas. Secara umum, Model regresi yang menunjukkan homoskedastisitas dianggap lebih unggul. (Ghozali, 2018).

Untuk menguji apakah data bebas dari heteroskedastisitas, maka dilakukan uji Glejser digunakan untuk memberikan informasi lebih rinci guna memverifikasi apakah data yang sedang diproses mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Keberadaan heteroskedastisitas dapat dilihat dari signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika uji Glejser kurang dari atau sama dengan 0,05, maka menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menilai seberapa kuat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Ghozali, 2018). Berdasarkan penjelasan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi

pengaruh variabel independen seperti Kemudahan (X_1), Kepercayaan (X_2), Promosi (X_3) terhadap loyalitas penggunaan aplikasi Go-Pay pada generasi z di purwokerto (Y) . persamaan regresi linier berganda dalam konteks ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + E$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pengguna aplikasi Go-Pay

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel Kemudahan (X_1)

b_2 = koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_2)

b_3 = koefisien regresi variabel Promosi (X_3)

X_1 = Kemudahan

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Promosi

E = eror term (variabel residual)

a. Uji Hipotesis

1) Uji t (parsial)

Tujuan dari uji t adalah untuk mengevaluasi seberapa besar hubungan parsial antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen seperti kepercayaan, promosi dan tarik tunai tanpa kartu, nilai signifikansi dibandingkan dengan ambang keputusan yang telah ditetapkan. Jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak. Penolakan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. (Nuryadi, 2017)

2) Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen seperti kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu memiliki

pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan menggunakan BCAS, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (Nuryadi, 2017)

Untuk menentukan adanya pengaruh yang signifikan, jika nilai uji F menyebabkan penolakan hipotesis nol (H_0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H_a), maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05. Namun, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen tidak dianggap signifikan.

3) Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi merupakan pengujian untuk mengetahui tingkat signifikansi antara variabel independen dan variabel dependen dalam regresi linear. Uji koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui besarnya variasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni pengaruh pengetahuan, keamanan dan persepsi risiko investasi terhadap minat berinvestasi tabungan emas digital pada masyarakat pengguna BSI Mobile di purwokerto utara. Adapun Rumus uji koefisien determinasi adalah:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Determinasi

R = Nilai koefisien korelasi (Gusti Pratiwi, 2021).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil dari GoPay

1. Sejarah Singkat GoPay

GoPay adalah layanan dompet digital yang dikembangkan oleh Gojek, perusahaan teknologi asal Indonesia. Sejak diperkenalkan, GoPay telah mengalami perkembangan signifikan dalam industri teknologi finansial di Indonesia. Awal Mula Pendirian GoPay pada tahun 2016 GoPay didirikan sebagai solusi untuk mengatasi ketidaknyamanan pelanggan dan mitra pengemudi saat melakukan transaksi tunai pada layanan GoRide. Pada saat itu, pelanggan sering kesulitan menyediakan uang pas, sementara mitra pengemudi harus menyiapkan uang kembalian. Kehadiran GoPay mempermudah proses transaksi ini dengan menyediakan metode pembayaran non-tunai.

Perkembangan dan ekspansi Layanan pada tahun 2017 Gojek mengakuisisi tiga perusahaan teknologi finansial Kartuku, Midtrans, dan Mapan untuk memperkuat layanan GoPay dan memperluas jangkauannya ke lebih banyak merchant. Dan pada tahun 2019 GoPay membawa Gojek menjadi perusahaan Indonesia yang masuk dalam daftar Fortune "Change The World". Pada tahun 2022 GoPay mendapat predikat "The Best Digital Wallet di Indonesia" dari *The Asian Banker*.

Peluncuran Aplikasi Mandiri pada tahun 2023 tepatnya di 26 Juli 2023, GoPay resmi meluncurkan aplikasi mandiri yang dapat diunduh secara gratis melalui Google Play Store dan Apple App Store. Peluncuran ini bertujuan untuk memperluas jangkauan GoPay ke seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang belum pernah menggunakan aplikasi Gojek sebelumnya. Dengan aplikasi mandiri ini, pengguna dapat menikmati berbagai fitur transaksi keuangan digital yang ditawarkan oleh GoPay. Dengan perjalanan yang dinamis sejak pendiriannya, GoPay telah tumbuh menjadi salah satu dompet digital

terkemuka di Indonesia, terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan transaksi digital Masyarakat.

2. Visi dan Misi

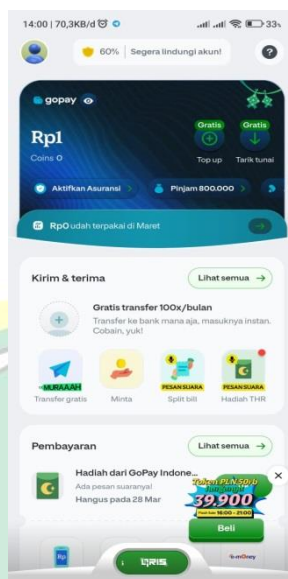
Gojek *Financial Services Platform*, yang menaungi GoPay, memiliki visi untuk menciptakan kemandirian keuangan dan mewujudkan inklusi keuangan melalui penyaluran dana pinjaman kepada masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, dengan memanfaatkan inovasi sistem digital serta produk dan jasa keuangan berkualitas. Untuk mendukung visi tersebut, misi yang dijalankan meliputi:

- a. Membuka akses dan kesempatan bagi masyarakat *unbanked* dan *underbanked* di seluruh Indonesia untuk mendapatkan layanan keuangan dalam rangka inklusi keuangan.
- b. Menyediakan produk dan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemanfaatan masyarakat Indonesia.
- c. Meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, serta membangun profil guna meningkatkan keterampilan mereka dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan rumah tangga maupun usahanya.
- d. Mendorong inklusi keuangan melalui inovasi sistem digital yang aman dan mudah digunakan untuk mewujudkan ekonomi digital di Indonesia.

3. Aplikasi Gopay

GoPay adalah dompet digital yang menawarkan berbagai fitur untuk memudahkan transaksi keuangan Anda. Berikut adalah beberapa fitur utama yang tersedia dalam aplikasi GoPay

Gambar 4. 1 Tampilan Awal Aplikasi Gopay



Sumber: Aplikasi Gopay 2025

Fitur yang tersedia di dalam aplikasi Gopay mencakup Transfer Dana, Pembayaran Berbagai Layanan seperti Pembelian Pulsa dan Paket Data, Pembayaran Tagihan dan Serta Belanja online dan offline. Serta ada Tarik Tunai, GoBllis, GoPayLater, GoPay Coins, Keamanan Berlapis, Laporan pengeluaran, GoPay Tabungan by Jago, GoPay Syariah. Berikut merupakan penjelasan fitur-fitur dalam aplikasi GoPay:

a. Transfer Dana

Anda dapat mentransfer uang ke sesama pengguna GoPay atau ke rekening bank lain. GoPay menawarkan gratis 100 kali transfer per bulan ke bank mana saja, dengan proses yang cepat dan instan.

b. Pembayaran Berbagai Layanan

1. Pembelian Pulsa dan Paket Data

Membeli pulsa atau paket data untuk berbagai operator seluler langsung melalui aplikasi.

2. Pembayaran Tagihan

Membayar tagihan bulanan seperti listrik, air, BPJS, dan lainnya dengan mudah.

3. Belanja Online dan Offline

Melakukan pembayaran di berbagai merchant yang bekerja sama dengan GoPay, baik online maupun offline.

c. Tarik Tunai

Fitur yang memungkinkan Anda menarik saldo GoPay menjadi uang tunai melalui ATM tanpa kartu.

d. GoBills

Membayar berbagai tagihan, seperti listrik, BPJS, dan pembelian token listrik, langsung melalui aplikasi Gojek.

e. GoPayLater

Fasilitas pembayaran dengan sistem "beli sekarang, bayar nanti" yang memberikan fleksibilitas dalam bertransaksi.

f. Laporan Pengeluaran

Fitur yang memberikan gambaran transparan tentang aktivitas transaksi yang dilakukan, membantu Anda dalam mengelola keuangan.

g. Keamanan Berlapis

GoPay menerapkan fitur keamanan seperti PIN, sidik jari, atau Face ID untuk memastikan keamanan transaksi Anda.

h. GoPay Coins

Program loyalitas di mana Anda dapat mengumpulkan koin dari transaksi tertentu yang dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik.

i. GoPay Tabungan by Jago

Fitur tabungan hasil kerja sama dengan Bank Jago, memungkinkan Anda mengelola tabungan langsung dari aplikasi GoPay.

j. GoPay Syariah

Layanan dompet digital yang sesuai dengan prinsip syariah, memberikan opsi bagi pengguna yang menginginkan layanan keuangan berbasis syariah.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Dengan menggunakan hasil survei secara online melalui kuesioner dalam bentuk *Google form* yang dilakukan pada tanggal 27 Februari 2025 hingga 12 Maret 2025 terhadap 385 responden pengguna aplikasi Go-Pay di purwokerto peneliti dapat menentukan karakteristik responden. Karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	196	50.9	50.9	50.9
	Perempuan	189	49.1	49.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

SUMBERSUMBER: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.1 di atas hasil uji karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa Jumlah responden laki-laki lebih besar dibandingkan dengan perempuan, dengan 196 responden laki-laki dengan persentase 50,9% dan 189 responden perempuan dengan persentase sebesar 49,1%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan usia :

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18 Tahun	49	12.7	12.7	12.7
	> 29 Tahun	8	2.1	2.1	14.8
	18-23 Tahun	251	65.2	65.2	80.0
	24-29 Tahun	77	20.0	20.0	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.2 di atas berdasarkan usia diketahui responden dengan usia 18 s/d 23 tahun lebih besar dibandingkan dengan responden usia lainnya. dengan 251 responden usia 18 s/d 23 tahun dengan persentase 65,2%, 77 responden usia 24 s/d 29 tahun

dengan persentase sebesar 20,0%, 49 responden usia < 18 tahun dengan persentase sebesar 12,7% dan 8 responden usia >29 tahun dengan persentase sebesar 2,1%

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Aktif

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan pengguna aktif aplikasi gopay :

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pengguna Aktif

Pengguna Aktif Aplikasi Gopay					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	385	100.0	100.0	100.0

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.3 di atas berdasarkan pengguna aktif aplikasi gopay di purwokerto, seluruh responden merupakan pengguna aktif aplikasi gopay.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi Gopay

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan berapa lama menggunakan aplikasi gopay.

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Aplikasi

Lama Menggunakan Aplikasi Gopay					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6 bulan -1 tahun	198	51.4	51.4	51.4
	Kurang dari 6 bulan	79	20.5	20.5	71.9
	Lebih dari 1 tahun	108	28.1	28.1	100.0
	Total	385	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.4 di atas berdasarkan lama menggunakan aplikasi gopay diketahui responden dengan lama menggunakan aplikasi gopay paling banyak adalah 6 bulan – 1 tahun, dibandingkan dengan responden lainnya. dengan 198 responden 6 bulan – 1 tahun dengan persentase 51,4%, 108 responden kurang dari 6 bulan (<6 bulan)

dengan persentase sebesar 28,1% dan 79 responden lebih dari 1 tahun (> 1 tahun) dengan persentase sebesar 20,5%.

C. STATISTIK DESKRIPTIF

Penelitian ini menggunakan data dasar seperti nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi, dan komponen lainnya yang terkait dengan setiap variabel yang diteliti. Dalam lingkup penelitian ini, 385 responden diambil sebagai sampel, dengan fokus pada variabel kepercayaan, promosi, tarik tunai tanpa kartu, dan loyalitas. Berikut adalah hasil dari analisis statistik yang dilakukan.

1. Uji deskriptif variable

Tabel 4. 5 Descriptive Statistic Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	385	2.00	5.00	4.5169	.62111
X1.2	385	2.00	5.00	4.4260	.64578
X1.3	385	2.00	5.00	4.4312	.66620
X1.4	385	2.00	5.00	4.3455	.69420
TOTAL X1	385	12.00	20.00	17.7195	1.96035
X2.1	385	2.00	5.00	4.0597	.76312
X2.2	385	3.00	5.00	4.0416	.70956
X2.3	385	2.00	5.00	4.0364	.79630
X2.4	385	3.00	5.00	4.1195	.74740
TOTAL X2	385	11.00	20.00	16.2571	2.52876
X3.1	385	2.00	5.00	3.9974	.69409
X3.2	385	2.00	5.00	3.7636	.77307
X3.3	385	2.00	5.00	3.8390	.77731
X3.4	385	2.00	5.00	3.8857	.69404
X3.5	385	2.00	5.00	3.9481	.73058
TOTAL X3	385	12.00	25.00	19.4338	2.88971
Y1	385	1.00	5.00	4.0857	.80715
Y2	385	2.00	5.00	3.8727	.75132
Y3	385	1.00	5.00	4.0000	.72887
Y4	385	1.00	5.00	3.9558	.75390
TOTAL Y	385	9.00	20.00	15.9143	2.33194

Valid N (listwise)	385				
--------------------	-----	--	--	--	--

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dibaca bahwa :

- a. Variabel kepercayaan (X1) yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah indikator X1.1 yaitu sebesar 4,5169 dengan minimal skor 2 dan maksimal skor 5 menunjukkan Saya merasa gopay adalah platform yang terpercaya untuk transaksi keuangan. Selain itu jumlah skor total variabel X1 memiliki nilai minimal 12 dan maksimal 20 dan rata-rata sebesar 17,7195 menunjukkan bahwa respon responden dalam menjawab pernyataan pada kuesioner cenderung merasa setuju pada masing-masing item pernyataan artinya gopay merupakan platform yang terpercaya untuk transaksi keuangan. Standar deviasi pada variabel kepercayaan sebesar 1,96035.
- b. Variabel promosi (X2) yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah indikator X2.4 yaitu sebesar 4.1195 dengan minimal skor 2 dan maksimal skor 5 menunjukkan Promosi yang diberikan gopay membuat saya lebih loyal dalam menggunakannya. Selain itu jumlah skor total variabel X2 memiliki nilai minimal 11 dan maksimal 20 dan rata-rata sebesar 16.2571 menunjukkan bahwa respon responden dalam menjawab pernyataan pada kuesioner cenderung merasa setuju pada masing-masing item pernyataan artinya Promosi yang diberikan gopay membuat saya lebih loyal dalam menggunakannya. Standar deviasi pada variabel kepercayaan sebesar 2.52876.
- c. Variabel tarik tunai tanpa kartu (X3) yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah indikator X3.1 yaitu sebesar 3.9974 dengan minimal skor 3 dan maksimal skor 5 menunjukkan dapat dengan mudah melakukan tarik tunai tanpa kartu menggunakan gopay. Selain itu jumlah skor total variabel X3 memiliki nilai minimal 12 dan maksimal 25 dan rata-rata sebesar 2.88971 menunjukkan bahwa respon responden dalam menjawab pernyataan pada kuesioner cenderung merasa setuju pada masing-masing item pernyataan

artinya mudah melakukan tarik tunai tanpa kartu menggunakan aplikasi gopay. Standar deviasi pada variabel kepercayaan sebesar 2.52876.

- d. Variabel loyalitas (Y) yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah indikator Y1.1 yaitu sebesar 4.0857 dengan minimal skor 1 dan maksimal skor 5 menunjukan lebih memilih GoPay dibandingkan e-wallet lain. Selain itu jumlah skor total variabel X3 memiliki nilai minimal 9 dan maksimal 20 dan rata-rata sebesar 15.9143 menunjukkan bahwa respon responden dalam menjawab pernyataan pada kuesioner cenderung merasa setuju pada masing-masing item pernyataan artinya responden memilih GoPay dibandingkan e-wallet lain.. Standar deviasi pada variabel kepercayaan sebesar 2.33194.

D. UJI INSTRUMEN PENELITIAN

1. Method of Successive Internal

Metode method of successive internal adalah Teknik transformasi yang mengasumsikan bahwa data ordinal memiliki distribusi normal, dan selanjutnya dihitung proporsi kumulatif serta nilai Z-score untuk setiap kategori. Transformasi ini dilakukan untuk menghasilkan nilai skor interval yang dapat digunakan dalam analisis statistic lanjutan (Sugiyono, 2017)

Hasil perhitungan menikan skala dari ordinal ke interval dengan menggunakan *method of successive internal* (MSI).

Kategori Skor jawaban ordinal	Frekuensi	prpporsi	Proporsi kumulatif tengah	z-score	Densitas f(z)	Skor Interval MSI
1	0	0,000	0,000	-3,5000	0,0009	-4010,62
2	3	0,0078	0,0039	-2,6609	0,0116	-229,97
3	17	0,0442	0,0299	-1,8827	0,0678	-27,77

4	143	0,3714	0,0299	-0,7138	0,3092	-2,31
5	222	0,5766	0,7117	0,5583	0,3414	1,64

Hasil transformasi MSI menunjukkan bahwa data dari masing-masing kategori jawaban di ubah ke dalam bentuk interval yang memenuhi syarat analisis parametrik, seperti regresi linier. Oleh itu karena data telah dikonversi ke bentuk interval, maka dapat digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang akan di bahas pada uji berikut.

2. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat pengukur data suatu penelitian sampai dinyatakan benar atau valid. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid dan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan besarnya r_{tabel} dan r_{hitung} . Dalam penelitian ini, aplikasi IBM SPSS 25 digunakan untuk menguji validitas pada 385 responden. Berikut data hasil uji validitas pada penelitian ini:

Tabel 4. 6 Uji Validitas

Variabel	No item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Kepercayaan (X1)	1	0,741	0.098	Valid
	2	0,713	0.098	Valid
	3	0,782	0.098	Valid
	4	0,788	0.098	Valid
Promosi (X2)	1	0,839	0.098	Valid
	2	0,838	0.098	Valid
	3	0,824	0.098	Valid
	4	0,866	0.098	Valid
Tarik Tunai Tanpa Kartu (X3)	1	0,362	0.098	Valid
	2	0,429	0.098	Valid
	3	0,477	0.098	Valid
	4	0,476	0.098	Valid

	5	0,695	0.098	Valid
Loyalitas (Y)	1	0,707	0.098	Valid
	2	0,782	0.098	Valid
	3	0,245	0.098	Valid
	4	0,827	0.098	Valid

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Terlihat dari hasil uji validitas pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana berdasarkan r_{tabel} dengan 385 responden bernilai (0,098), Sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan pada tiap indikator variabel yaitu pada variabel kepercayaan (X1), promosi (X2), tarik tunai tanpa kartu (X3) dan loyalitas (Y) dapat memenuhi kriteria valid. Oleh karenanya, kuesioner dapat dimasukkan ke dalam analisis selanjutnya.

3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kebenaran yang nyata atau mengukur konsistensi (kuesioner). Dalam menguji reliabilitas instrumen dalam variabel penelitian ini menggunakan dasar nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Jika nilai koefisien lebih dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau cukup baik begitu pun sebaliknya. Hasil reabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	$r_{kritis} = 60$	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,734	0,60	Reliabel
Promosi (X2)	0,858	0,60	Reliabel
Tarik Tunai Tanpa Kartu (X3)	0,846	0,60	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,766	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas menunjukkan nilai Cronbach Alpha pada variabel kepercayaan (X1) menghasilkan nilai 0,734, variabel Promosi (X2) menghasilkan nilai 0,858, variabel

tarik tunai tanpa kartu (X3) menghasilkan nilai 0,846, dan variabel loyalitas (Y) menghasilkan nilai 0,766. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada seluruh item dalam penelitian ini dikatakan reliabel dengan dasar nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Yang artinya dapat digunakan penelitian selanjutnya.

4. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Penelitian menggunakan *uji one sample kolmogrov-smirnov* dengan pendekatan Monte Carlo. Metode Monte Carlo adalah metode pengujian normalitas data dengan menggunakan pengembangan sistematis yang memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukan Monte Carlo yaitu untuk melihat distribusi data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak atau nilainya dianggap terlalu ekstrem. Dengan menggunakan taraf sig. 0,05. Dalam mengambil keputusan pada uji ini menggunakan dasar pedoman sebagai berikut:

- a. Jika Sig. (signifikansi) < 0,05% maka tidak terdistribusi dengan normal pada distribusi data.
- b. Jika Sig (signifikansi) > 0,05% maka terdistribusinya dengan normal pada distribusi data

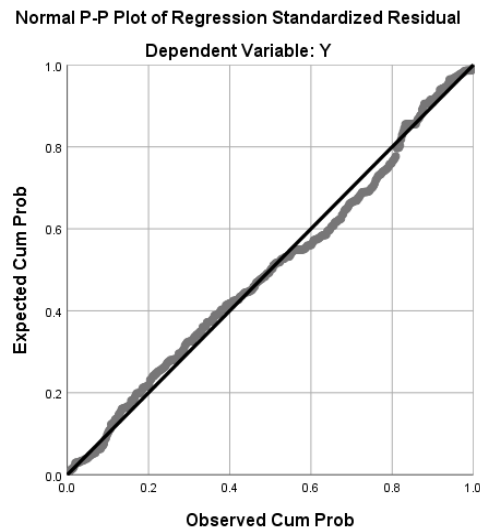
Tabel 4. 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.66338849

Most Extreme Differences	Absolute		.067
	Positive		.067
	Negative		-.034
Test Statistic			.067
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.061 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.055
		Upper Bound	.067
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Hasil uji normalitas pada tabel 4.8 di atas, dapat diketahui nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar $0,61 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan peneliti dapat melanjutkan ke tahap berikutnya. Selain uji One Sample Kolmogorov Smirnov, peneliti juga menggunakan Kurva Normal P-Plot yang diolah dengan SPSS:

Tabel 4. 9 Kurva Normal P-Plot

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel penelitian berdistribusi normal (Mariana Naibaho, 2021).

2. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat adanya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. Apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Rinaldi et al., 2021). Hasil dari uji multikolinearitas tersaji dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.853	1.172
	X2	.834	1.199
	X3	.925	1.081

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.10 hasil uji multikolinearitas diketahui nilai tolerance dan VIF pada variabel X1 kepercayaan sebesar $0,853 > 0,1$ dan $1,172 < 10$, pada variabel X2 Promosi sebesar $0,833 > 0,1$ dan $1,199 < 10$, pada X3 tarik tunai tanpa kartu sebesar $0,925 > 0,1$ dan $1,081 < 10$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada kepercayaan, promosi dan tarik tunai tanpa kartu dibuktikan dengan nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji yang digunakan untuk mengamati apakah ada perbedaan varians dari residual satu pada pengamatan yang lain. Apabila varian dari residual satu pada pengamatan lain konstan maka disebut dengan homokedastisitas, sebaliknya apabila variance dari residual pada pengamatan lain berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji glejser (Setiawati, 2021).

Dalam uji glejser ini, gejala dari adanya heteroskedastisitas diamati dari setiap koefisien regresi dari tiap variabel independen terhadap nilai residual. Pengambilan keputusan berdasarkan (M. S. Hidayat, 2023) pada :

- Jika nilai signifikansinya $> (0,05)$ maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansinya $< (0,05)$ maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.286	.600		2.144	.033
	X1	.062	.036	.095	1.728	.085
	X2	.018	.031	.031	.564	.573

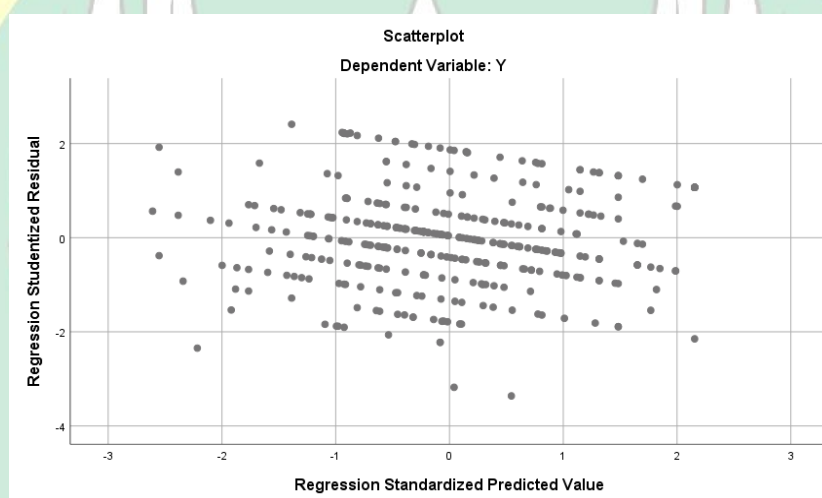
X3	-.028	.025	-.049	-.930	.353
----	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Dari tabel 4.11 hasil uji heteroskedastisitas di ketahui nilai sig. pada variabel X1 kepercayaan sebesar $0,085 > 0,05$, pada variabel X2 promosi sebesar $0,573 > 0,05$, pada X3 tarik tunai tanpa kartu sebesar $0,353 > 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Selain uji glejser, peneliti juga menggunakan scatterplot yang diolah dengan SPSS berikut hasil yang diperoleh:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Scatterplot



Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan scatterplot terjadinya heteroskedastisitas apabila scatterplot terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola teratur, bergelombang, menyempit atau melebar. Tidak terjadi heteroskedastisitas pada scatterplot jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y (Mariana Naibaho, 2021). Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y.

4. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menganalisis data yang bersifat multivariate atau lebih dari satu variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yaitu Kepercayaan, Promosi dan Tarik Tunai Tanpa Kartu. Berikut merupakan hasil dari analisis regresi berganda:

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model ini digunakan karena terdapat lebih dari satu variabel bebas, yakni: Kepercayaan (X_1), Promosi (X_2), dan Tarik Tunai Tanpa Kartu (X_3), dengan variabel dependen Loyalitas (Y).

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	T	Sig.
(Constant)	8.291	0,941	—	8.811	.000
X_1 (Kepercayaan)	0.114	0.057	0.105	2.022	.044
X_2 (Promosi)	0.195	0.049	0.209	3.986	.000
X_3 (Tarik Tunai Tanpa Kartu)	0.136	0.039	0.173	3.463	.001

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan hasil tabel tersebut, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8.291 + 0.114X_1 + 0.195X_2 + 0.136X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- a. **Konstanta (8.291):** Menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) diasumsikan bernilai nol, maka nilai loyalitas (Y) berada pada angka 8.291.
- b. **Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_1) sebesar 0.114:** Artinya, apabila variabel Kepercayaan meningkat satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka loyalitas akan meningkat sebesar 0.114 poin.
- c. **Koefisien regresi variabel Promosi (X_2) sebesar 0.195:** Menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan pada promosi akan meningkatkan loyalitas sebesar 0.195 poin, dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. **Koefisien regresi variabel Tarik Tunai Tanpa Kartu (X_3) sebesar 0.136:** Menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel ini akan meningkatkan loyalitas sebesar 0.136 poin.

Selain itu, dilihat dari nilai **Sig. (p-value)** pada masing-masing variabel (< 0.05), maka ketiga variabel independen terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas. Dalam hal kekuatan pengaruh relatif (melalui **Beta** standar), variabel promosi ($\beta = 0.209$) memiliki pengaruh terbesar terhadap loyalitas, diikuti oleh tarik tunai tanpa kartu ($\beta = 0.173$) dan kepercayaan ($\beta = 0.105$). Artinya, **strategi promosi menjadi faktor utama** yang paling kuat memengaruhi loyalitas nasabah, dibandingkan kepercayaan dan fitur tarik tunai tanpa kartu. Oleh karena itu, untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan sebaiknya memprioritaskan dan memperkuat strategi promosi.

F. UJI HIPOTESIS

1. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk mengukur uji t yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} untuk mencari t_{tabel} yaitu dengan cara:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (a/2 ; n - k - 1) \\ &= 0,05/2 ; 385 - 3 - 1 \\ &= 381 \end{aligned}$$

Keterangan :

a = Nilai probabilitas (0,05)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen (bebas)

Dengan tingkat signifikansi 0,05. Maka dapat ditentukan t_{tabel} sebesar 1,966 (lampiran tabel t) (Haribowo et al., 2022). Berikut hasil perhitungan uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.940	1.194		6.648 .000
	X1	.125	.062	.105	2.022 .044
	X2	.190	.048	.206	3.932 .000
	X3	.137	.040	.170	3.408 .001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, diperoleh t_{hitung} X1 sebesar 2,022, X2 sebesar 3,932, dan X3 sebesar 4,408. Untuk t_{tabel} diperoleh 1,966. Berikut ini merupakan analisis dari uji t antara pengaruh kepercayaan, promosi, dan fitur tarik tunai tanpa kartu terhadap loyalitas penggunaan aplikasi go-pay pada generasi z di purwokerto:

- a. Pada variabel kepercayaan diketahui nilai t hitung sebesar $2,022 > t$ tabel $1,966$ serta sig. sebesar $0,044 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap loyalitas penggunaan aplikasi go-pay pada generasi z di purwokerto, sehingga berkesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Pada variabel promosi diketahui nilai t hitung sebesar $3,932 > t$ tabel $1,966$ serta sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap loyalitas penggunaan aplikasi go-pay pada generasi z di purwokerto, sehingga berkesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
- c. Pada variabel tarik tunai tanpa kartu diketahui nilai t hitung sebesar $3,408 > t$ tabel $1,966$ serta sig. sebesar $0,001 < 0,05$ dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tarik tunai tanpa kartu berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas penggunaan aplikasi go-pay pada generasi z di purwokerto, sehingga berkesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji simultan diuji dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar $0,05$. Untuk mengukur uji F yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . dengan :

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= a ; (k ; n-k-1) \\
 &= 0,05 (3 ; 385-3-1) \\
 &= 0,05 (3 ; 381)
 \end{aligned}$$

Keterangan:

a = Nilai probabilitas ($0,05$)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen (bebas)

Maka nilai F_{tabel} nya adalah sebesar 2,63 (lampiran tabel F).

Berikut hasil perhitungan uji f adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 14 Uji Silmutan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.500	3	85.500	17.785	.000 ^b
	Residual	1831.671	381	4.808		
	Total	2088.171	384			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 17,785. Untuk F_{tabel} diperoleh 2,63. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($17,785 > 2,63$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen yaitu kepercayaan, promosi, dan fitur tarik tunai tanpa kartu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas penggunaan aplikasi go-pay pada generasi z di purwokerto.

3. Uji koefisien determinasi (R^2)

Untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen, dilakukan Uji R. Koefisien determinasi yang nilainya berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), digunakan dalam proses ini. Ketika nilai R^2 kecil, hal tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati 1 menandakan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2017:95). Berikut hasil perhitungan uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.350 ^a	.123	.116	2.19261
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4.16 di atas, didapatkan bahwa nilai koefisien R adalah 0,350 (35,5%) yang berarti variabel bebas yaitu kepercayaan, promosi, dan fitur tarik tunai tanpa kartu memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat yaitu loyalitas penggunaan aplikasi go-pay. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,123 (12,3%) artinya variabel kepercayaan, promosi, dan fitur tarik tunai tanpa kartu dapat mempengaruhi loyalitas penggunaan aplikasi go-pay pada generasi z di purwokerto. sebesar 12,3%, sedangkan sisanya 87,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini

G. Pembahasan dan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay

Hasil uji t menunjukkan bahwa kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas (Y) dengan nilai $t_{hitung} 3,674 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini berarti kepercayaan memberikan pengaruh nyata terhadap peningkatan loyalitas pengguna aplikasi GoPay. Berdasarkan Teori TAM (Technology Acceptance Model) dalam TAM, kepercayaan berkaitan erat dengan Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use. Ketika pengguna percaya bahwa aplikasi GoPay aman dan dapat diandalkan, mereka akan lebih merasa aplikasi tersebut berguna dalam meningkatkan efisiensi transaksi dan mudah

digunakan, sehingga meningkatkan intensi penggunaan secara berkelanjutan (loyalitas).

Kepercayaan dibentuk oleh kemampuan sistem, integritas perusahaan, dan niat baik terhadap pengguna. responden menyatakan bahwa GoPay adalah aplikasi yang “sudah terkenal, aman, dan mudah digunakan”. Fitur keamanan seperti PIN, OTP, dan verifikasi dua langkah memperkuat persepsi kepercayaan tersebut.

Dalam Islam, kepercayaan atau amanah sangat dijunjung tinggi. Q.S. An-Nisa: 58 menjelaskan pentingnya menjaga amanah dan berlaku adil dalam interaksi sosial maupun ekonomi. Aplikasi seperti GoPay harus mencerminkan prinsip ini dalam pelayanannya, agar tercipta loyalitas yang didasari oleh rasa amanah dan kejujuran.

Penelitian Sebelumnya yaitu oleh Rika Widianita (2023) menyatakan bahwa kepercayaan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pengguna aplikasi pembayaran digital. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian yang menunjukkan kepercayaan sebagai variabel dominan dalam menentukan loyalitas.

2. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay

Promosi (X2) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai $t_{hitung} 2,984 > 1,984$ dan signifikansi $0,004 < 0,05$. Berdasarkan teori TAM Meskipun promosi tidak secara langsung dibahas dalam TAM, promosi dapat menjadi bagian dari external variables yang memengaruhi perceived usefulness. Promosi seperti cashback atau diskon membuat pengguna merasa aplikasi tersebut memberikan nilai tambah dalam penggunaannya, sehingga mendorong niat berulang untuk menggunakan.

Responden menyebutkan bahwa cashback, diskon, dan promosi khusus dari GoPay menjadi faktor utama dalam keputusan mereka menggunakan aplikasi tersebut secara rutin. Generasi Z sangat responsif terhadap insentif langsung yang bersifat digital dan instan.

Promosi yang dilakukan harus tetap dalam koridor kejujuran. Dalam hadits disebutkan: “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi...” (HR. Al-Baihaqi). Promosi tidak boleh mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) atau penipuan. GoPay yang memberikan promosi transparan telah mencerminkan prinsip ini. Penelitian Sebelumnya yang dilakukan oleh Anifa et al. (2020) menyimpulkan bahwa promosi yang konsisten dan relevan terbukti efektif dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

3. Pengaruh Fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay

Tarik tunai tanpa kartu (X3) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas, dengan nilai $t_{hitung} 1,245 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,216 > 0,05$. Berdasarkan Teori TAM Fitur ini secara teori dapat meningkatkan Perceived Ease of Use karena pengguna tidak perlu membawa kartu fisik untuk menarik uang tunai. Namun, jika pengguna tidak familiar atau merasa prosesnya masih rumit, maka fitur ini belum sepenuhnya meningkatkan persepsi kemudahan atau manfaat, sehingga loyalitas belum terpengaruh secara signifikan.

Islam mendukung prinsip kemudahan (tafsir) dalam segala bentuk muamalah. Fitur tarik tunai tanpa kartu adalah bentuk inovasi yang memberikan efisiensi dan kenyamanan, namun harus disertai dengan edukasi dan proteksi agar maslahatnya dapat dirasakan secara luas. Penelitian Sebelumnya Diah Ayu Pitaloka (2022) menemukan bahwa fitur tarik tunai tanpa kartu berpotensi

meningkatkan minat pengguna jika dikemas dengan edukasi, aksesibilitas, dan keamanan.

4. Pengaruh Kepercayaan, Promosi, dan Tarik Tunai Tanpa Kartu terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 17,458 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Kepercayaan (X1), Promosi (X2), dan Tarik Tunai Tanpa Kartu (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi GoPay (Y). Berdasarkan Teori Technology Acceptance Model (TAM) Ketiga variabel tersebut masuk dalam elemen external variables dalam model TAM. Kepercayaan meningkatkan perceived ease of use dan perceived usefulness, yang akan meningkatkan minat dan loyalitas pengguna. Promosi menjadi stimulus eksternal yang menambah persepsi manfaat (perceived usefulness) dalam menggunakan aplikasi. Fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu, meski belum signifikan secara parsial, tetap mendukung kemudahan sistem (perceived ease of use), yang mendasari loyalitas dalam TAM. Jika ketiga elemen ini bekerja bersamaan secara optimal, maka sistem akan dianggap lebih bermanfaat, mudah digunakan, dan layak untuk digunakan secara berkelanjutan yang pada akhirnya menghasilkan loyalitas.

Hasil kuesioner dari 385 responden Generasi Z di Purwokerto menunjukkan bahwa mayoritas pengguna menyukai GoPay karena dianggap aman, sering memberikan promo, dan memiliki fitur praktis seperti tarik tunai tanpa kartu. Namun, sebagian pengguna belum familiar atau belum memanfaatkan fitur tarik tunai ini secara maksimal, yang menyebabkan kontribusinya masih lemah dibanding variabel lain.

Dari sudut pandang Islam kepercayaan (amanah) adalah nilai dasar yang menumbuhkan kenyamanan dalam muamalah. Promosi

yang jujur dan transparan adalah bentuk dakwah ekonomi Islami yang sesuai dengan hadits Rasulullah tentang pedagang yang jujur. Kemudahan layanan seperti tarik tunai tanpa kartu mencerminkan semangat rahmatan lil ‘alamin dengan mempermudah transaksi keuangan umat. Dengan demikian, integrasi ketiga variabel ini secara bersama-sama menciptakan ekosistem digital yang efisien, amanah, dan sesuai syariat, yang dapat memperkuat loyalitas pengguna di kalangan Generasi Z.

Penelitian Sebelumnya Penelitian oleh Rika Widianita (2023) dan Hanif (2022) menegaskan bahwa kombinasi kepercayaan, promosi, dan fitur-fitur inovatif secara bersama memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu terhadap loyalitas penggunaan aplikasi GoPay pada Generasi Z di Purwokerto, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna GoPay. Pengguna yang merasa aman dan percaya terhadap sistem keamanan aplikasi cenderung lebih setia dalam menggunakan layanan ini.
2. Promosi berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pengguna. Program seperti *cashback*, diskon, dan reward terbukti menarik perhatian serta mempertahankan pengguna.
3. Fitur tarik tunai tanpa kartu memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi finansial tanpa harus bergantung pada kartu fisik. Kemudahan akses ini berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas pengguna.
4. Ketiga variabel (kepercayaan, promosi, dan tarik tunai tanpa kartu) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna GoPay, sehingga optimalisasi faktor-faktor ini dapat memperkuat daya saing aplikasi di pasar dompet digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa dalam industri *fintech*, terutama dompet digital seperti GoPay, loyalitas pengguna sangat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, efektivitas strategi promosi, dan inovasi fitur yang mempermudah transaksi keuangan. Oleh karena itu, perusahaan *fintech* harus terus mengembangkan layanan yang lebih aman, menarik, dan inovatif agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengguna, khususnya di kalangan generasi z yang merupakan segmen pasar potensial dalam ekonomi digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut yaitu:

1. Disarankan untuk terus meningkatkan kepercayaan pengguna melalui keamanan data dan layanan pelanggan yang responsif. Promosi juga perlu disesuaikan dengan preferensi generasi z agar tetap menarik dan relevan. Selain itu, perluasan fitur tarik tunai tanpa kartu ke lebih banyak mitra atm dapat menjadi nilai tambah dalam meningkatkan loyalitas pengguna.
2. Penelitian ini masih terbatas pada generasi z di wilayah Purwokerto. Disarankan untuk memperluas objek penelitian ke wilayah lain atau generasi yang berbeda seperti generasi milenial atau *baby boomers* guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan kurikulum yang berkaitan dengan pemasaran digital, perilaku konsumen, dan teknologi finansial berbasis syariah. Mahasiswa dapat menjadikannya sebagai dasar pengembangan kajian yang lebih luas terkait loyalitas pengguna aplikasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, W. (2024). Tarik Tunai Tanpa Kartu Di ATM BCA. <https://keuangan.kontan.co.id/news/tak-pusing-lagi-jika-dompot-tertinggal-ini-2-cara-tarik-tunai-tanpa-kartu-di-atm-bca>, Diakses 27 Februari 2025.
- Anifa, F., Anisa, A., Fadhila, N., & Prawira, I. F. A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 37–49. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i1.75>
- Agustina, R., Lestari, D., & Prasetyo, B. (2022). Peran Kepercayaan dalam Penerimaan Teknologi Keuangan Digital. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(1), 30-39.
- Alfi, N., M. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan Cardless Withdrawal pada Mobile Banking Bsi (Studi Dosen dan Pegawai Febi Uin Ar-Raniry). Skripsi, UIN Ar-Raniry.
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Abdul, J., & Noval, N. (2022). Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (Fintech) Gopay. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71.
- Calvyn, SK. (2024). 6 Dompot Digital yang bisa Tarik Tunai Tanpa Kartu. <https://suarakonsumen.com/dompot-digital-yang-bisa-tarik-tunai/>, Diakses 27 Februari 2025.
- Dedi, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Keuntungan Nilai, Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Saldo E-wallet Gopay (Survei Pada Generasi Z Purwokerto). 4-6.
- Diah, A., P. (2022). Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia. 15-16.
- Even, P., S., & Sungeng, S. (2021). Analisis Penggunaan Fasilitas Tarik Tunai Saldo Gopay Melalui ATM XXX dengan Mekanisme Tarik Tunai Tanpa Kartu di Jakarta. *Jurnal Distribusi*. 9(2). 207-236.
- Edi, P., & Vicky, B. (2020). *Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use e-health: a conceptual framework*. *Jurnal Erka*. 62(5).
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10 edisi 2*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10 edisi 2*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Inneke Angelina, A. (2020). *Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia)*. 9(7), 1–18.
- Janna. (2021). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-wallet Ovo di Kota Semarang*. Skripsi Universitas Dian Nuswantoro.
- Khairunisa, T. (2016). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Fintech*. 0, 1–23.
- Kuganathan, K. V, Wikramanayake, G. N., & IEEE. (2014). Next Generation Smart Transaction Touch Points. *14Th International Conference on Advances in Ict for Emerging Regions (Icter) 2014, 14th International Conference on Advances in ICT for Emerging Regions (ICTer) 2014*, 96–102.
- Lalu Agustino. (2021). *Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin*. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). *Pengaruh sosial media marketing terhadap kinerja bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)*. *Jurnal Akuntansi*, 1–23.
- Mariana Naibaho, U. N. (2021). *Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan Tingkat Pengangguran Terbuka Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten Langkat*. *Jurnal Gamma-Pi*, 3(2), 21–26.
- Muanif, R. (2021). *Penagruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Shopeepay*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga.
- Nur, R. A., & Rudy C. S. (2024). *Pengaruh Kemudahan Fitur dan Promosi Aplikasi Gopay Terhadap Keputusan Penggunaan Gopay Pada Alat Pembayaran*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*. 4(3). 2807-2219.
- Nuryadi. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Gramasurya. Yogyakarta.
- Naibaho, & Mariana. (2021). *Analisis Uji Heteroskedastisitas pada Regresi Linier*. *Jurnal Matamatika dan Aplikasinya*. 19(2). 45-52.
- Pitaloka, diah ayu. (2022). *Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kota Cirebon)*. 1–121. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi_Diah_Ayu_Pitaloka_185231185.pdf
- Pratiwi, H. (2021). *Faktor Kemudahan, Kepercayaan dan Kemanfaatn Terhadap*

Keputusan Konsumen Menggunakan Gopay Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Skripsi. <https://repository.unja.ac.id/23233/>

Pratiwi, S., & Sofwan, A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk dan Trust terhadap Minat Menggunakan Fintech Shopeepay. *Jurnal Rekognisi Akuntansi*, 6(2), 141–154. <https://journal.unisnu.ac.id/jra/article/view/jra.v6i2.434/259>

Prima. (2024). Tarik Tunai Tanpa Kartu: Arti, Manfaat, Keunggulan, dan cara Menggunakannya. <https://www.jaringanprima.co.id/id/tarik-tunai-tanpa-kartu-arti-manfaat-keunggulan-dan-cara-menggunakan> , Diakses 27 Februari 2025.

Purwanto, E., & Budiman, V. (2020). Applying the technology acceptance model to investigate the intention to use E-health: A conceptual framework. *Technology Reports of Kansai University*, 62(July), 2569–2580. [https://www.researchgate.net/publication/342701335 Applying the Technology Acceptance Model to Investigate the Intention to Use E-health A Conceptual Framework%0Ahttps://www.kansaiuniversityreports.com/article/applying-the-technology-acceptance-model-to-i](https://www.researchgate.net/publication/342701335_Applying_the_Technology_Acceptance_Model_to_Investigate_the_Intention_to_Use_E-health_A_Conceptual_Framework%0Ahttps://www.kansaiuniversityreports.com/article/applying-the-technology-acceptance-model-to-i)

Rika, A. P., & Fatana, S. (2025). Pengaruh Fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu dan Fitur Qris Pada Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Terhadap Efisiensi Bertransaksi Nasabah Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2021-2023. *Jurnal Nusantara Haasanah*. 4(9). 167-175.

Rika Widianita, D. (2023). No Title. Pengaruh Efiseiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia: *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.

Rinaldi, M., Prayudyanto, M. N., & Syaiful, S. (2021). Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek dengan Metode Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur Dan Industri Jasa Konstruksi (KIIJK)*, 1(1), 309–315.

Sabila, S. A., Business, I., Islam, U., Profesor, N., Haji, K., & Purwokerto, S. Z. (2024). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam ISSN : 2579-6208 (Online) Peran Finansial Technology sebagai Katalisator Intensi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Tengah*. 12(December), 255–272.

Sabila, A., Putri, M., & Rahmawati, L. (2024). Perkembangan Teknologi Keuangan Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*. 12 (1). 1-15.

Saputri, M. H., Kurniawan, D., Mazna, M., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa di Lampung). *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v3i1.4320>

- Setiawati, L. (2021). Pengaruh Return On Assets Terhadap Harga Saham: Uji Glejser. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*. 5 (1). 10-18.
- Subagiyo, R. (2019). Era Fintech: Peluang Dan Tantangan Bagi Ekonomi Syariah. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 316–336.
<https://doi.org/10.24090/ej.v7i2.3457>
- Subagiyo, A. (2019). Sejarah dan Perkembangan Fintech di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*. 4(2). 100-110.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, Bandung.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

“PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN FITUR TARIK TUNAI TANPA KARTU TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN APLIKASI GOPAY PADA GENERASI Z DI PURWOKERTO”

A. Petunjuk Pengisian

1. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia.
2. Gunakan Skala Likert dengan pilihan sebagai berikut:
 - 1= Sangat Tidak Setuju
 - 2= Tidak Setuju
 - 3= Netral
 - 4 = Setuju
 - 5 = Sangat Setuju

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
3. Usia : ☐ < 18 tahun
☐ 18-23 tahun
☐ 24-29 tahun
☐ >29 tahun
4. Apakah anda pengguna aktif aplikasi gopay? : ☐ Ya
☐ Tidak
5. Berapa lama anda telah menggunakan gopay? : ☐ kurang dari 6 bulan
☐ 6 bulan -1 tahun
☐ lebih dari 1 tahun

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
A. Kepercayaan						
A1	Saya merasa gopay adalah platform yang terpercaya untuk transaksi keuangan					
A2	Gopay memiliki sistem keamanan yang dapat melindungi data pribadi dan transaksi saya					
A3	Gopay selalu memenuhi janji terkait pelayanan fitur yang mereka tawarkan					
A4	Saya percaya bahwa gopay beroperasi dengan standar etika yang tinggi.					

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
B. PROMOSI						
B1	Saya tertarik menggunakan gopay karena sering promosi dan cashback					
B2	Promosi yang ditawarkan gopay cukup menarik dibandingkan dengan e-wallet lain.					
B3	Saya sering menggunakan gopay karena mendapatkan keuntungan dari promo yang ditawarkan.					
B4	Promosi yang diberikan gopay membuat saya loyal dalam menggunakannya.					

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
C. Tarik Tunai Tanpa Kartu						
C1	Saya dapat dengan mudah melakukan tarik tunai tanpa kartu menggunakan gopay					
C2	Saya merasa aman menggunakan fitur tarik tunai					

	tanpa kartu karena adanya kode transaksi unik.					
C3	Proses tarik tunai tanpa kartu di gopay cepat dan efisien					
C4	Saya dapat melakukan tarik tunai tanpa kartu di berbagai ATM atau merchant seperti Indomaret atau alfamart					
C5	Saya percaya bahwa gopay melindungi data pribadi saat menggunakan fitur Tarik tunai tanpa kartu					

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
D. Loyalitas Penggunaan Gopay						
D1	Saya lebih memilih gopay dibandingkan e-wallet lain					
D2	Saya akan terus menggunakan gopay meskipun ada kompetitor lain					
D3	Saya merekomendasikan gopay kepada teman dan keluarga saya					
D4	Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan gopay					

Lampiran 2: Jawaban Responden

No.	Jenis kelamin	Usia	Pengguna aktif	Berapa lama menggunakan gopay
1	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
2	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
3	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
4	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
5	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
6	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
7	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
8	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
9	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
10	Perempuan	> 29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
11	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
12	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
13	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
14	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
15	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
16	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
17	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
18	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
19	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
20	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
21	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
22	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
23	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
24	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
25	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
26	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
27	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
28	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
29	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
30	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
31	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
32	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
33	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
34	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
35	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
36	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
37	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
38	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
39	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
40	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
41	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun

42	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
43	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
44	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
45	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
46	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
47	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
48	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
49	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
50	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
51	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
52	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
53	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
54	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
55	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
56	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
57	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
58	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
59	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
60	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
61	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
62	Perempuan	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
63	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
64	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
65	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
66	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
67	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
68	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
69	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
70	Laki-laki	> 29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
71	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
72	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
73	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
74	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
75	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
76	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
77	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
78	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
79	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
80	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
81	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
82	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
83	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
84	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
85	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
86	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
87	Laki-laki	> 29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun

88	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
89	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
90	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
91	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
92	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
93	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
94	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
95	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
96	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
97	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
98	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
99	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
100	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
101	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
102	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
103	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
104	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
105	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
106	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
107	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
108	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
109	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
110	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
111	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
112	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
113	Perempuan	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
114	Perempuan	> 29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
115	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
116	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
117	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
118	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
119	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
120	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
121	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
122	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
123	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
124	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
125	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
126	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
127	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
128	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
129	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
130	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
131	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
132	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
133	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun

134	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
135	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
136	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
137	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
138	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
139	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
140	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
141	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
142	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
143	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
144	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
145	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
146	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
147	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
148	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
149	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
150	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
151	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
152	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
153	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
154	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
155	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
156	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
157	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
158	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
159	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
160	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
161	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
162	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
163	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
164	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
165	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
166	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
167	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
168	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
169	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
170	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
171	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
172	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
173	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
174	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
175	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
176	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
177	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
178	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
179	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun

180	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
181	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
182	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
183	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
184	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
185	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
186	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
187	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
188	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
189	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
190	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
191	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
192	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
193	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
194	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
195	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
196	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
197	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
198	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
199	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
200	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
201	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
202	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
203	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
204	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
205	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
206	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
207	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
208	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
209	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
210	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
211	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
212	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
213	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
214	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
215	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
216	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
217	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
218	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
219	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
220	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
221	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
222	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
223	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
224	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
225	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun

226	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
227	Perempuan	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
228	Perempuan	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
229	Perempuan	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
230	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
231	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
232	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
233	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
234	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
235	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
236	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
237	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
238	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
239	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
240	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
241	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
242	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
243	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
244	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
245	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
246	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
247	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
248	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
249	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
250	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
251	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
252	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
253	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
254	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
255	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
256	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
257	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
258	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
259	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
260	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
261	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
262	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
263	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
264	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
265	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
266	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
267	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
268	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
269	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
270	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
271	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun

272	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
273	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
274	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
275	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
276	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
277	Laki-laki	> 29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
278	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
279	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
280	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
281	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
282	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
283	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
284	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
285	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
286	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
287	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
288	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
289	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
290	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
291	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
292	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
293	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
294	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
295	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
296	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
297	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
298	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
299	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
300	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
301	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
302	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
303	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
304	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
305	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
306	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
307	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
308	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
309	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
310	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
311	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
312	Perempuan	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
313	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
314	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
315	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
316	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
317	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun

318	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
319	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
320	Perempuan	> 29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
321	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
322	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
323	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
324	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
325	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
326	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
327	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
328	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
329	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
330	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
331	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
332	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
333	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
334	Laki-laki	> 29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
335	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
336	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
337	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
338	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
339	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
340	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
341	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
342	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
343	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
344	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
345	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
346	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
347	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
348	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
349	Perempuan	> 29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
350	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
351	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
352	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
353	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
354	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
355	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
356	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
357	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
358	Perempuan	<18 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
359	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
360	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
361	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
362	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
363	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun

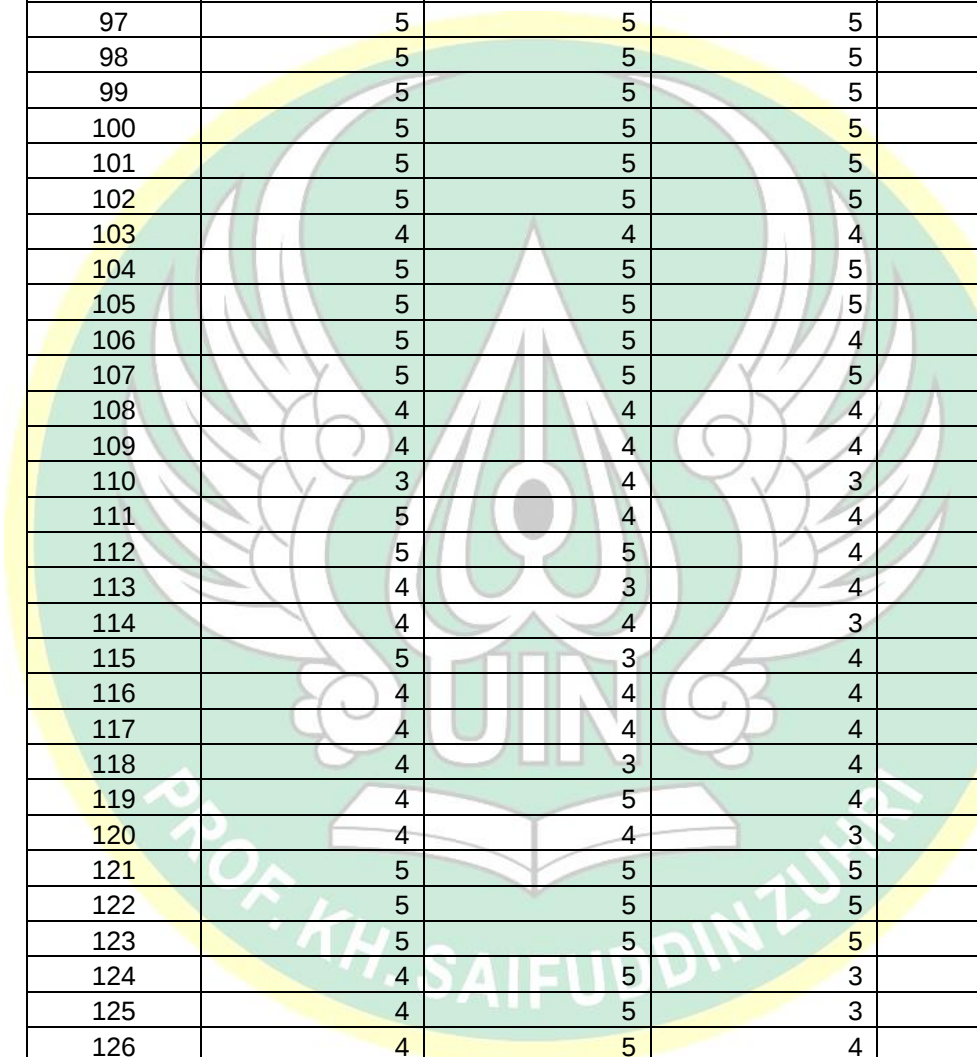
364	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
365	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
366	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
367	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Kurang dari 6 bulan
368	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
369	Laki-laki	<18 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
370	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
371	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
372	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
373	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
374	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
375	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
376	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
377	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
378	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
379	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
380	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
381	Perempuan	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
382	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
383	Laki-laki	24-29 Tahun	Ya	Lebih dari 1 tahun
384	Perempuan	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun
385	Laki-laki	18-23 Tahun	Ya	6 bulan -1 tahun



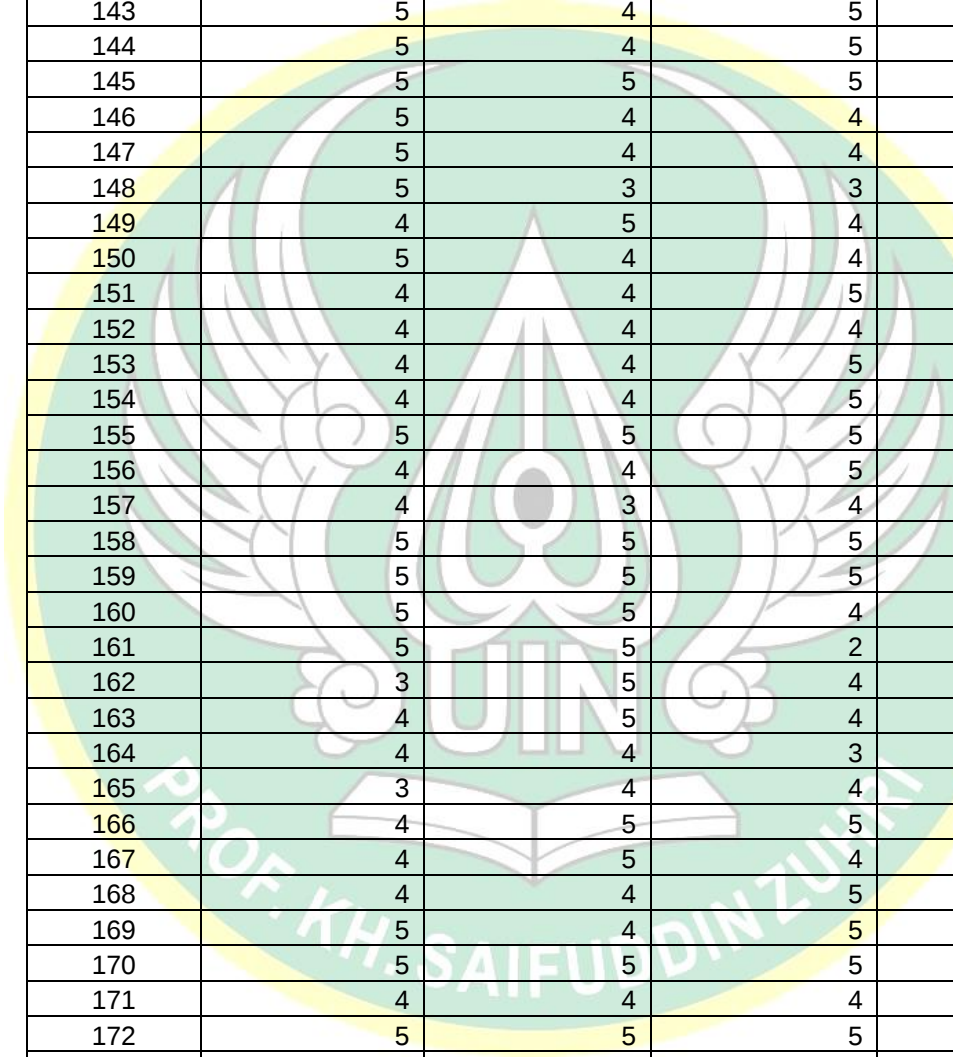
Lampiran 3: Hasil Tabulasi Variabel Kepercayaan (X1)

No Responden	X1 Kepercayaan			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	5	4	5	5
2	5	4	5	4
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
5	5	4	5	5
6	5	4	5	5
7	5	5	5	5
8	5	4	4	4
9	5	4	4	4
10	5	3	3	4
11	4	5	4	4
12	5	4	4	4
13	4	4	5	5
14	4	4	4	4
15	4	4	5	5
16	4	4	5	4
17	5	5	5	5
18	4	4	5	5
19	4	3	4	4
20	5	5	5	4
21	5	5	5	5
22	5	5	4	5
23	5	5	2	3
24	3	5	4	4
25	4	5	4	2
26	4	4	3	4
27	3	4	4	4
28	4	5	5	5
29	4	5	4	3
30	4	4	5	5
31	5	4	5	5
32	5	5	5	5
33	4	4	4	4
34	5	5	5	5
35	5	4	4	5
36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	5	4	4	4
39	5	5	4	3
40	2	3	4	5
41	5	5	5	5
42	5	4	4	4

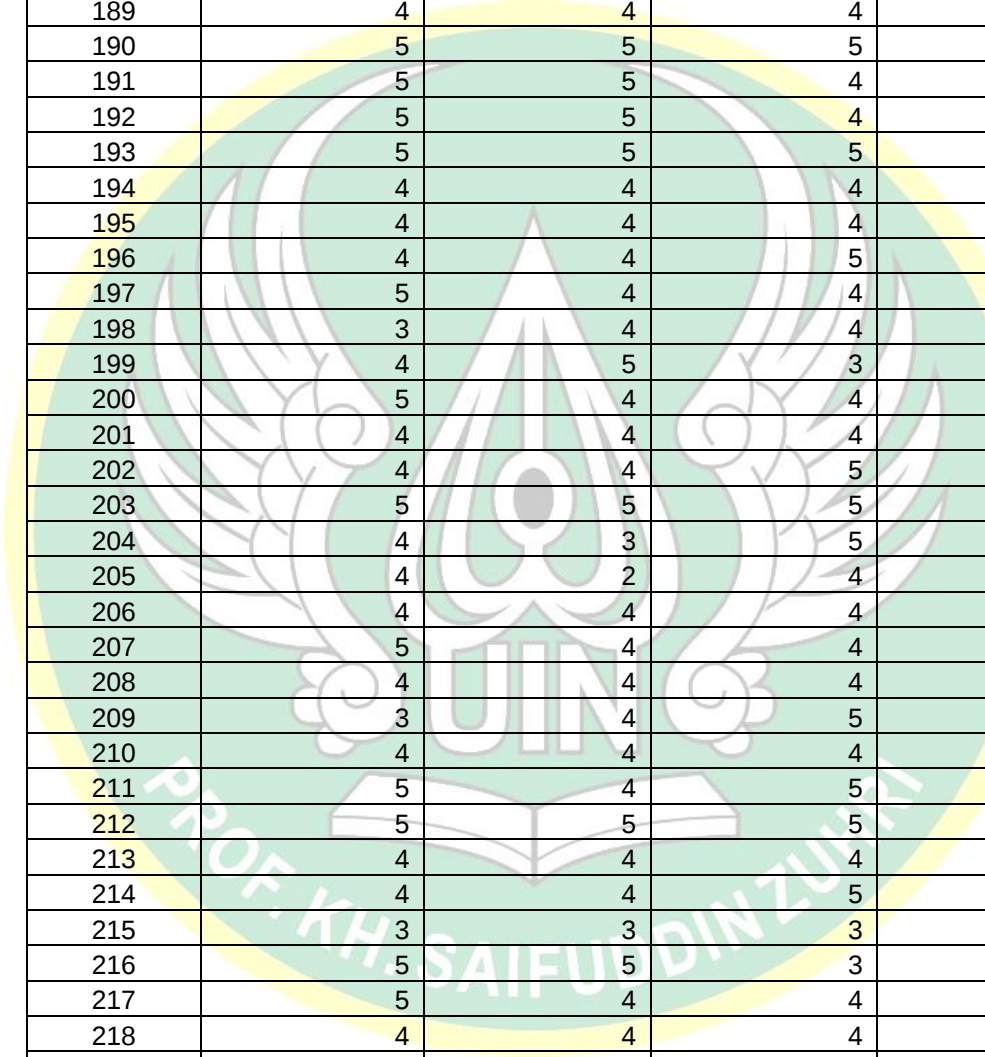
43	5	4	5	4
44	5	5	4	4
45	4	4	4	4
46	4	4	4	4
47	4	4	5	5
48	5	4	4	3
49	5	5	5	5
50	4	3	5	3
51	4	4	4	4
52	5	5	5	4
53	5	5	4	5
54	5	5	4	3
55	5	5	5	5
56	4	4	4	4
57	4	4	4	4
58	4	4	5	4
59	5	4	4	4
60	3	4	4	4
61	4	5	3	4
62	5	4	4	3
63	4	4	4	4
64	4	4	5	3
65	5	5	5	5
66	4	3	5	4
67	4	2	4	4
68	4	4	4	4
69	5	4	4	5
70	4	4	4	4
71	3	4	5	4
72	4	4	4	4
73	5	4	5	4
74	5	5	5	5
75	4	4	4	4
76	4	4	5	5
77	3	3	3	3
78	5	5	3	4
79	5	4	4	4
80	4	4	4	4
81	5	4	5	4
82	5	5	5	5
83	5	5	5	5
84	5	5	5	5
85	5	5	5	5
86	5	5	5	5
87	5	5	5	5
88	5	5	5	5



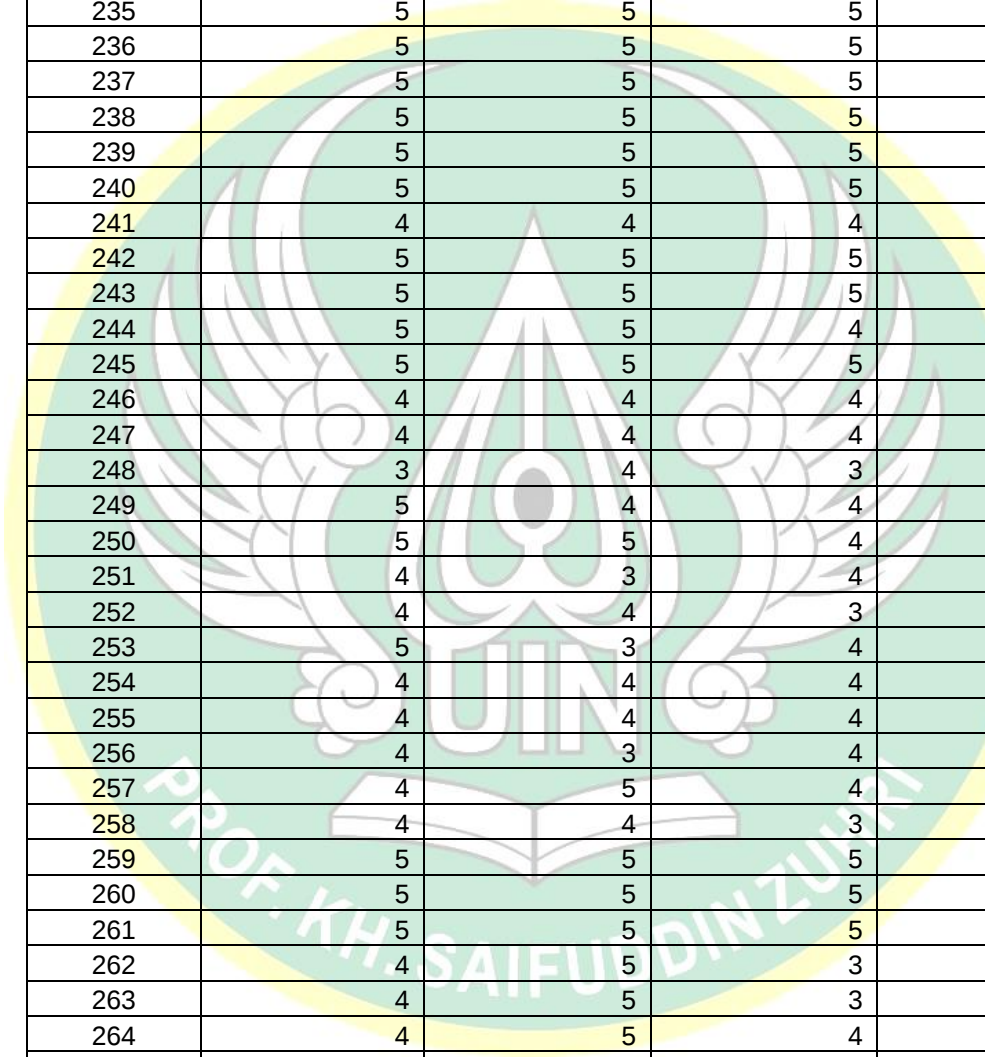
89	5	5	5	5
90	5	5	5	5
91	5	5	5	5
92	5	5	5	5
93	5	5	5	5
94	5	5	5	5
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	5	5	5	5
98	5	5	5	5
99	5	5	5	5
100	5	5	5	5
101	5	5	5	5
102	5	5	5	5
103	4	4	4	4
104	5	5	5	5
105	5	5	5	3
106	5	5	4	4
107	5	5	5	5
108	4	4	4	4
109	4	4	4	4
110	3	4	3	4
111	5	4	4	5
112	5	5	4	3
113	4	3	4	4
114	4	4	3	3
115	5	3	4	3
116	4	4	4	4
117	4	4	4	4
118	4	3	4	4
119	4	5	4	4
120	4	4	3	4
121	5	5	5	5
122	5	5	5	5
123	5	5	5	5
124	4	5	3	4
125	4	5	3	3
126	4	5	4	4
127	5	5	5	5
128	4	4	5	5
129	5	5	5	5
130	5	5	5	5
131	5	5	5	5
132	4	5	5	5
133	5	5	5	5
134	4	5	5	5



135	4	5	4	4
136	4	5	3	4
137	4	5	3	3
138	5	5	5	5
139	5	4	5	5
140	5	4	5	4
141	4	4	4	4
142	5	5	5	5
143	5	4	5	5
144	5	4	5	5
145	5	5	5	5
146	5	4	4	4
147	5	4	4	4
148	5	3	3	4
149	4	5	4	4
150	5	4	4	4
151	4	4	5	5
152	4	4	4	4
153	4	4	5	5
154	4	4	5	4
155	5	5	5	5
156	4	4	5	5
157	4	3	4	4
158	5	5	5	4
159	5	5	5	5
160	5	5	4	5
161	5	5	2	3
162	3	5	4	4
163	4	5	4	2
164	4	4	3	4
165	3	4	4	4
166	4	5	5	5
167	4	5	4	3
168	4	4	5	5
169	5	4	5	5
170	5	5	5	5
171	4	4	4	4
172	5	5	5	5
173	5	4	4	5
174	5	5	5	5
175	4	4	4	4
176	5	4	4	4
177	5	5	4	3
178	2	3	4	5
179	5	5	5	5
180	5	4	4	4

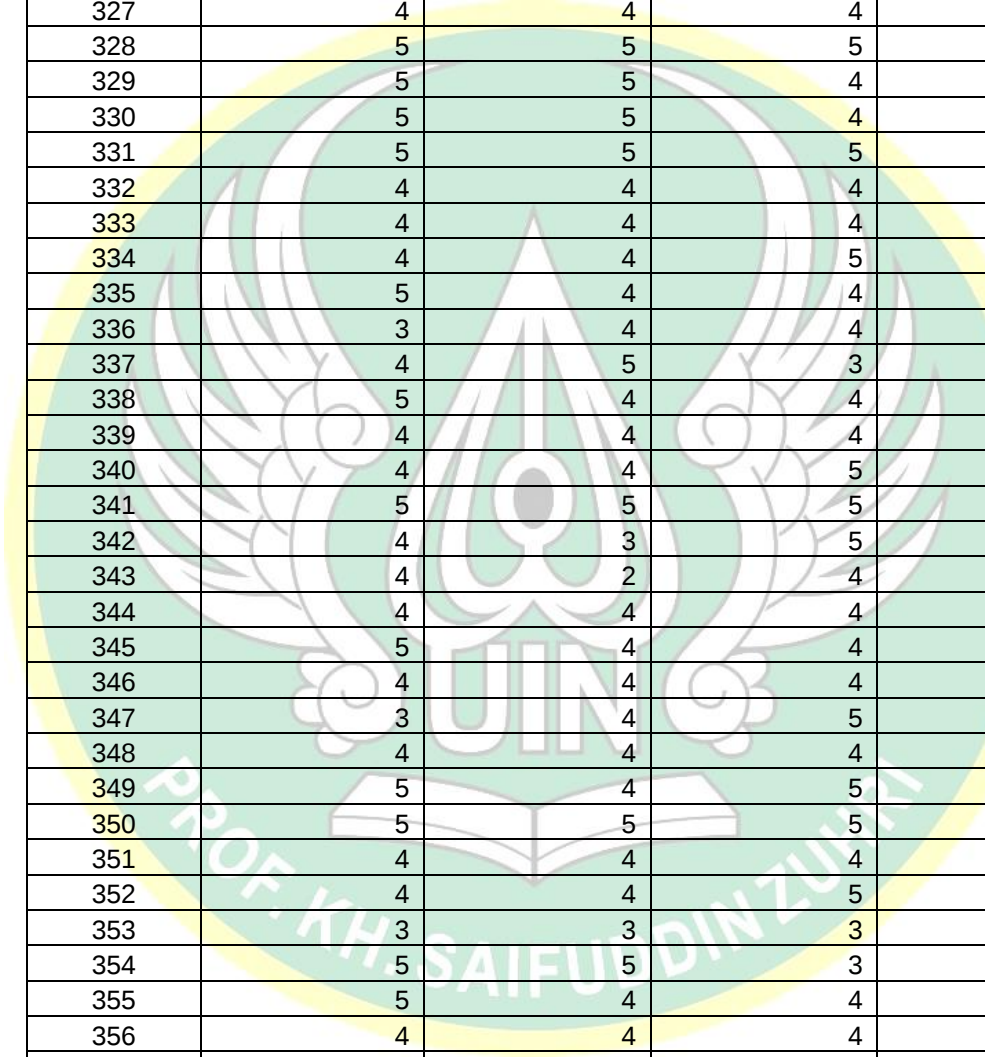


181	5	4	5	4
182	5	5	4	4
183	4	4	4	4
184	4	4	4	4
185	4	4	5	5
186	5	4	4	3
187	5	5	5	5
188	4	3	5	3
189	4	4	4	4
190	5	5	5	4
191	5	5	4	5
192	5	5	4	3
193	5	5	5	5
194	4	4	4	4
195	4	4	4	4
196	4	4	5	4
197	5	4	4	4
198	3	4	4	4
199	4	5	3	4
200	5	4	4	3
201	4	4	4	4
202	4	4	5	3
203	5	5	5	5
204	4	3	5	4
205	4	2	4	4
206	4	4	4	4
207	5	4	4	5
208	4	4	4	4
209	3	4	5	4
210	4	4	4	4
211	5	4	5	4
212	5	5	5	5
213	4	4	4	4
214	4	4	5	5
215	3	3	3	3
216	5	5	3	4
217	5	4	4	4
218	4	4	4	4
219	5	4	5	4
220	5	5	5	5
221	5	5	5	5
222	5	5	5	5
223	5	5	5	5
224	5	5	5	5
225	5	5	5	5
226	5	5	5	5



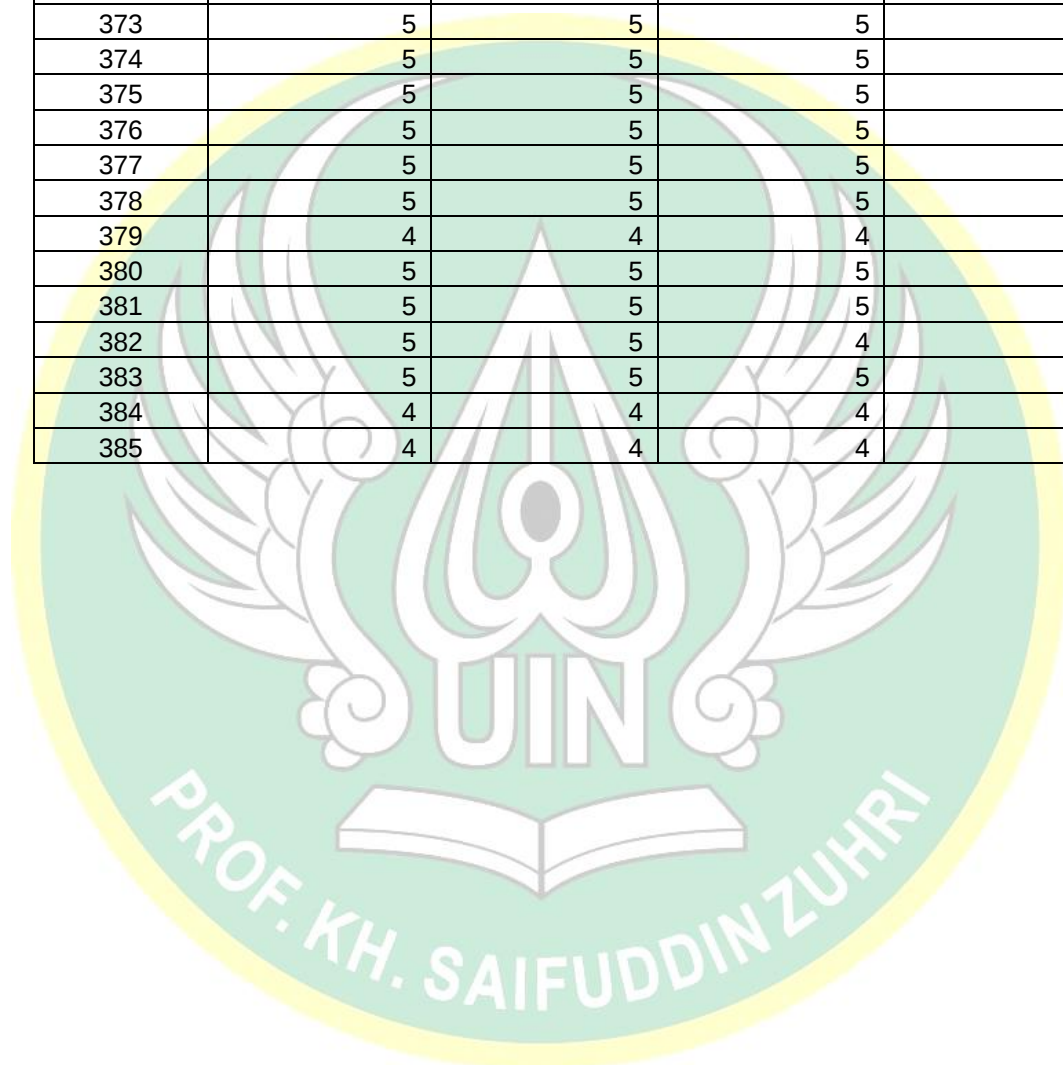
227	5	5	5	5
228	5	5	5	5
229	5	5	5	5
230	5	5	5	5
231	5	5	5	5
232	5	5	5	5
233	5	5	5	5
234	5	5	5	5
235	5	5	5	5
236	5	5	5	5
237	5	5	5	5
238	5	5	5	5
239	5	5	5	5
240	5	5	5	5
241	4	4	4	4
242	5	5	5	5
243	5	5	5	3
244	5	5	4	4
245	5	5	5	5
246	4	4	4	4
247	4	4	4	4
248	3	4	3	4
249	5	4	4	5
250	5	5	4	3
251	4	3	4	4
252	4	4	3	3
253	5	3	4	3
254	4	4	4	4
255	4	4	4	4
256	4	3	4	4
257	4	5	4	4
258	4	4	3	4
259	5	5	5	5
260	5	5	5	5
261	5	5	5	5
262	4	5	3	4
263	4	5	3	3
264	4	5	4	4
265	5	5	5	5
266	4	4	5	5
267	5	5	5	5
268	5	5	5	5
269	5	5	5	5
270	4	5	5	5
271	5	5	5	5
272	4	5	5	5

273	4	5	4	4
274	4	5	3	4
275	4	5	3	3
276	5	5	5	5
277	5	4	5	5
278	5	4	5	4
279	4	4	4	4
280	5	5	5	5
281	5	4	5	5
282	5	4	5	5
283	5	5	5	5
284	5	4	4	4
285	5	4	4	4
286	5	3	3	4
287	4	5	4	4
288	5	4	4	4
289	4	4	5	5
290	4	4	4	4
291	4	4	5	5
292	4	4	5	4
293	5	5	5	5
294	4	4	5	5
295	4	3	4	4
296	5	5	5	4
297	5	5	5	5
298	5	5	4	5
299	5	5	2	3
300	3	5	4	4
301	4	5	4	2
302	4	4	3	4
303	3	4	4	4
304	4	5	5	5
305	4	5	4	3
306	4	4	5	5
307	5	4	5	5
308	5	5	5	5
309	4	4	4	4
310	5	5	5	5
311	5	4	4	5
312	5	5	5	5
313	4	4	4	4
314	5	4	4	4
315	5	5	4	3
316	2	3	4	5
317	5	5	5	5
318	5	4	4	4



319	5	4	5	4
320	5	5	4	4
321	4	4	4	4
322	4	4	4	4
323	4	4	5	5
324	5	4	4	3
325	5	5	5	5
326	4	3	5	3
327	4	4	4	4
328	5	5	5	4
329	5	5	4	5
330	5	5	4	3
331	5	5	5	5
332	4	4	4	4
333	4	4	4	4
334	4	4	5	4
335	5	4	4	4
336	3	4	4	4
337	4	5	3	4
338	5	4	4	3
339	4	4	4	4
340	4	4	5	3
341	5	5	5	5
342	4	3	5	4
343	4	2	4	4
344	4	4	4	4
345	5	4	4	5
346	4	4	4	4
347	3	4	5	4
348	4	4	4	4
349	5	4	5	4
350	5	5	5	5
351	4	4	4	4
352	4	4	5	5
353	3	3	3	3
354	5	5	3	4
355	5	4	4	4
356	4	4	4	4
357	5	4	5	4
358	5	5	5	5
359	5	5	5	5
360	5	5	5	5
361	5	5	5	5
362	5	5	5	5
363	5	5	5	5
364	5	5	5	5

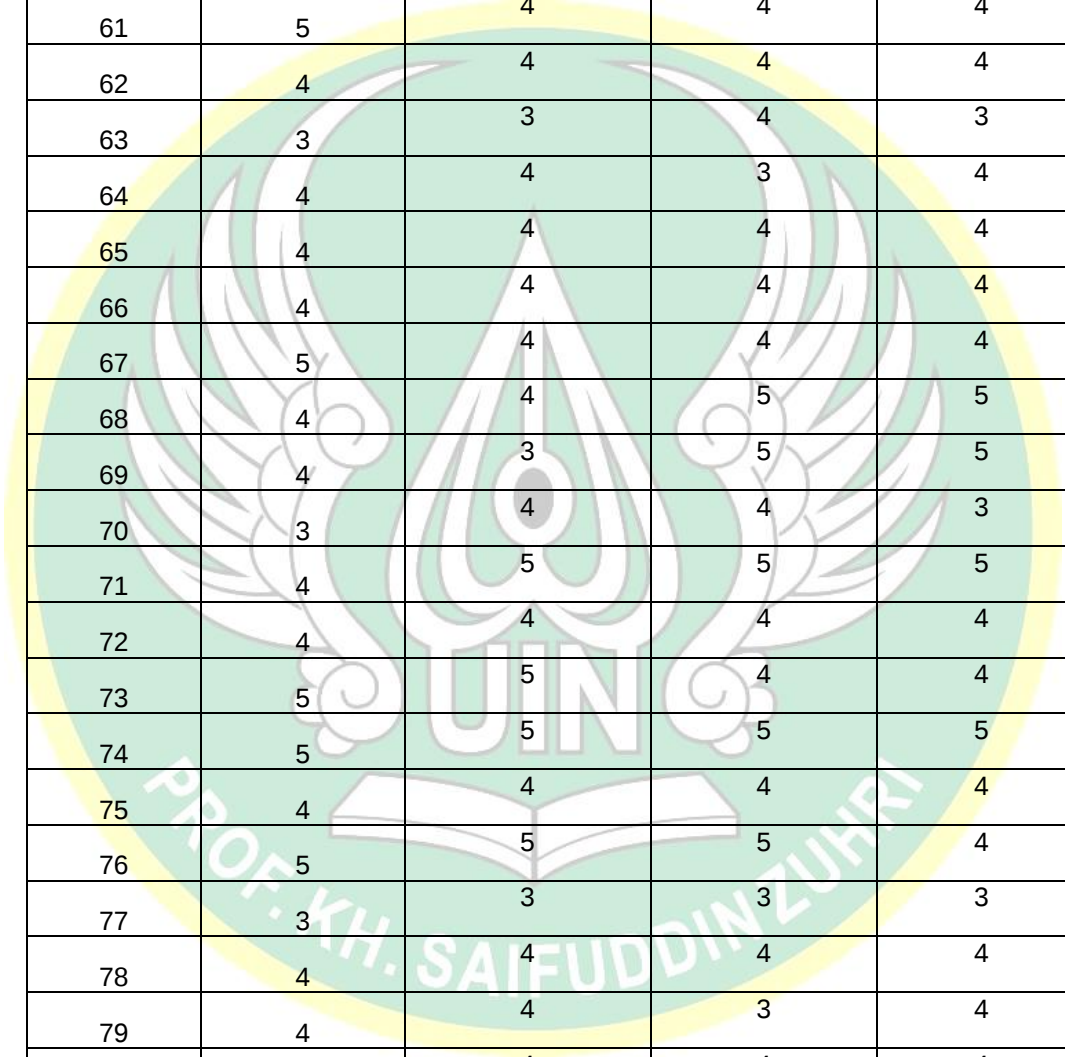
365	5	5	5	5
366	5	5	5	5
367	5	5	5	5
368	5	5	5	5
369	5	5	5	5
370	5	5	5	5
371	5	5	5	5
372	5	5	5	5
373	5	5	5	5
374	5	5	5	5
375	5	5	5	5
376	5	5	5	5
377	5	5	5	5
378	5	5	5	5
379	4	4	4	4
380	5	5	5	5
381	5	5	5	3
382	5	5	4	4
383	5	5	5	5
384	4	4	4	4
385	4	4	4	4



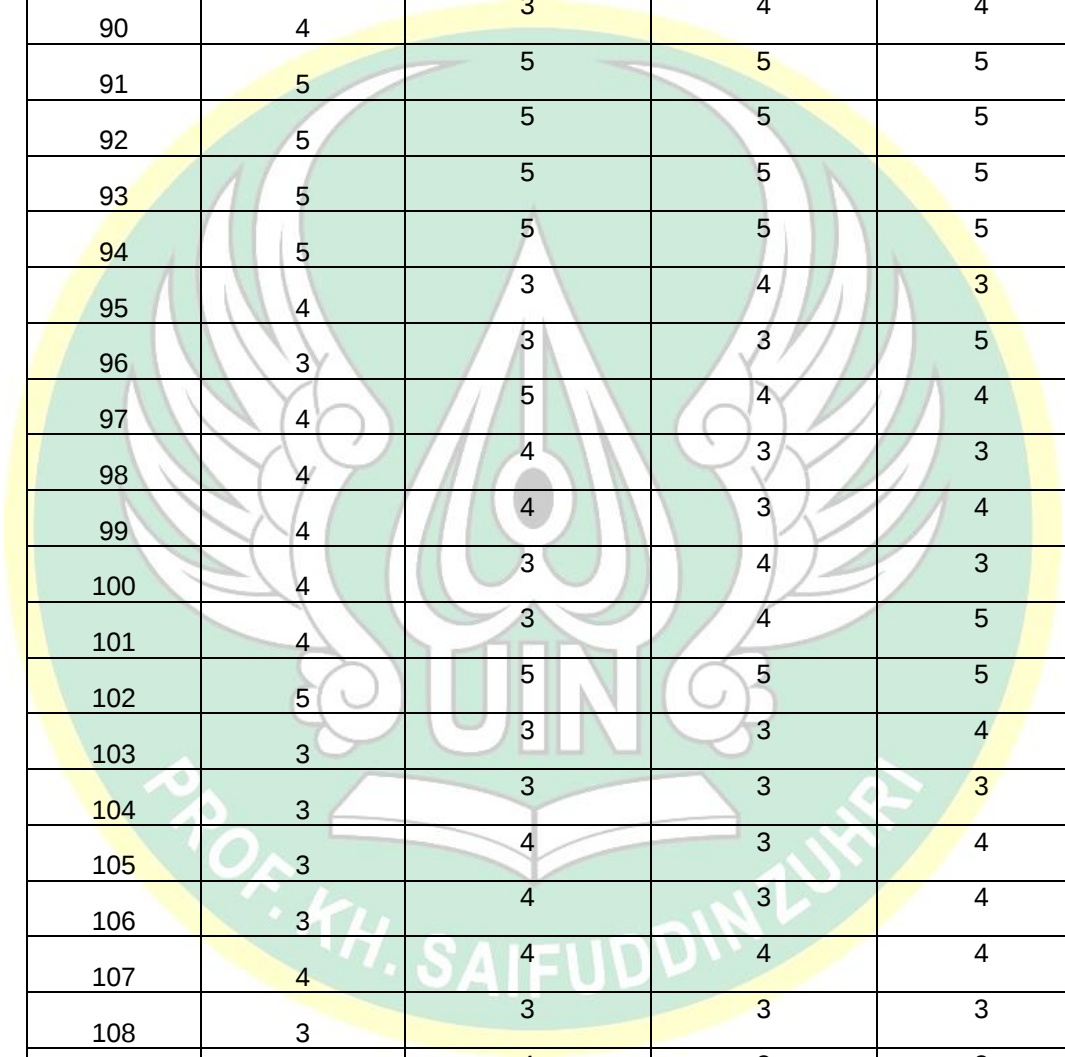
Lampiran 4 Hasil tabulasi variabel promosi (X2)

No Responden	X2 Promosi			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	4	5	5
2	4	5	4	5
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
5	4	4	4	4
6	5	5	4	5
7	5	5	5	5
8	5	4	4	4
9	3	4	4	4
10	3	3	2	3
11	4	4	4	4
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	4	4	4	4
15	5	4	5	5
16	4	4	4	4
17	5	5	5	5
18	5	4	5	5
19	2	3	3	3
20	4	4	5	4
21	5	4	4	4
22	3	3	4	3
23	3	4	5	4
24	4	3	3	3
25	3	3	4	5
26	4	4	4	4

27	4	4	4	4
28	5	5	5	5
29	4	4	3	4
30	3	4	4	3
31	4	4	4	5
32	5	5	5	5
33	4	4	4	4
34	5	5	5	5
35	5	4	2	3
36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	4	4	5	5
39	5	5	5	5
40	4	5	4	5
41	4	4	4	3
42	4	4	4	4
43	4	5	4	4
44	3	4	4	4
45	4	3	4	3
46	4	4	4	4
47	3	3	4	4
48	3	3	4	4
49	5	5	5	5
50	3	3	3	3
51	4	4	4	4
52	4	5	5	5
53	3	3	5	3
54	4	4	3	4
55	5	5	5	5



56	5	4	4	4
57	4	4	4	4
58	4	3	4	4
59	5	5	5	5
60	5	5	5	5
61	5	4	4	4
62	4	4	4	4
63	3	3	4	3
64	4	4	3	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	5	4	4	4
68	4	4	5	5
69	4	3	5	5
70	3	4	4	3
71	4	5	5	5
72	4	4	4	4
73	5	5	4	4
74	5	5	5	5
75	4	4	4	4
76	5	5	5	4
77	3	3	3	3
78	4	4	4	4
79	4	4	3	4
80	3	4	4	4
81	4	4	5	5
82	5	5	5	5
83	4	4	3	5
84	5	5	5	5

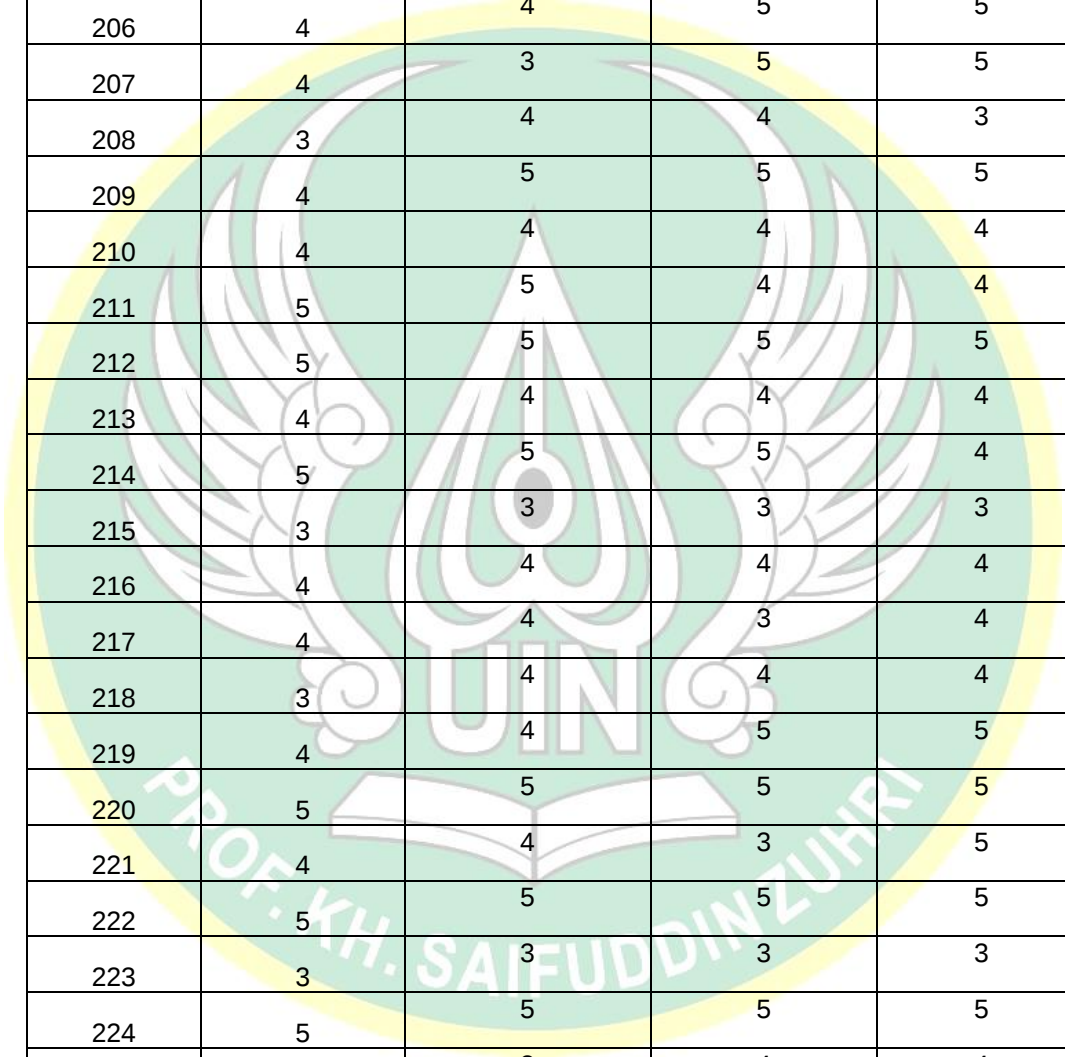


85	3	3	3	3
86	5	5	5	5
87	4	3	4	4
88	4	5	2	5
89	3	3	3	3
90	4	3	4	4
91	5	5	5	5
92	5	5	5	5
93	5	5	5	5
94	5	5	5	5
95	4	3	4	3
96	3	3	3	5
97	4	5	4	4
98	4	4	3	3
99	4	4	3	4
100	4	3	4	3
101	4	3	4	5
102	5	5	5	5
103	3	3	3	4
104	3	3	3	3
105	3	4	3	4
106	3	4	3	4
107	4	4	4	4
108	3	3	3	3
109	3	4	3	3
110	3	4	3	3
111	3	4	3	3
112	5	4	4	4
113	4	3	4	4

114	4	3	4	3
115	3	3	2	3
116	4	3	4	3
117	4	4	4	5
118	4	3	4	4
119	4	4	3	3
120	4	4	3	4
121	4	4	4	4
122	4	4	4	4
123	4	3	2	3
124	3	4	3	3
125	3	3	4	3
126	5	4	5	5
127	3	4	5	5
128	5	4	4	4
129	5	4	4	4
130	3	4	4	4
131	5	4	4	4
132	5	5	5	5
133	4	4	4	4
134	3	4	3	3
135	5	4	3	4
136	3	5	4	3
137	3	4	3	3
138	5	5	5	5
139	5	4	5	5
140	4	5	4	5
141	4	4	4	4
142	5	5	5	5

143	4	4	4	4
144	5	5	4	5
145	5	5	5	5
146	5	4	4	4
147	3	4	4	4
148	3	3	2	3
149	4	4	4	4
150	5	5	5	5
151	5	5	5	5
152	4	4	4	4
153	5	4	5	5
154	4	4	4	4
155	5	5	5	5
156	5	4	5	5
157	2	3	3	3
158	4	4	5	4
159	5	4	4	4
160	3	3	4	3
161	3	4	5	4
162	4	3	3	3
163	3	3	4	5
164	4	4	4	4
165	4	4	4	4
166	5	5	5	5
167	4	4	3	4
168	3	4	4	3
169	4	4	4	5
170	5	5	5	5
171	4	4	4	4

172	5	5	5	5
173	5	4	2	3
174	5	5	5	5
175	4	4	4	4
176	4	4	5	5
177	5	5	5	5
178	4	5	4	5
179	4	4	4	3
180	4	4	4	4
181	4	5	4	4
182	3	4	4	4
183	4	3	4	3
184	4	4	4	4
185	3	3	4	4
186	3	3	4	4
187	5	5	5	5
188	3	3	3	3
189	4	4	4	4
190	4	5	5	5
191	3	3	5	3
192	4	4	3	4
193	5	5	5	5
194	5	4	4	4
195	4	4	4	4
196	4	3	4	4
197	5	5	5	5
198	5	5	5	5
199	5	4	4	4
200	4	4	4	4



201	3	3	4	3
202	4	4	3	4
203	4	4	4	4
204	4	4	4	4
205	5	4	4	4
206	4	4	5	5
207	4	3	5	5
208	3	4	4	3
209	4	5	5	5
210	4	4	4	4
211	5	5	4	4
212	5	5	5	5
213	4	4	4	4
214	5	5	5	4
215	3	3	3	3
216	4	4	4	4
217	4	4	3	4
218	3	4	4	4
219	4	4	5	5
220	5	5	5	5
221	4	4	3	5
222	5	5	5	5
223	3	3	3	3
224	5	5	5	5
225	4	3	4	4
226	4	5	2	5
227	3	3	3	3
228	4	3	4	4
229	5	5	5	5

230	5	5	5	5
231	5	5	5	5
232	5	5	5	5
233	4	3	4	3
234	3	3	3	5
235	4	5	4	4
236	4	4	3	3
237	4	4	3	4
238	4	3	4	3
239	4	3	4	5
240	5	5	5	5
241	3	3	3	4
242	3	3	3	3
243	3	4	3	4
244	3	4	3	4
245	4	4	4	4
246	3	3	3	3
247	3	4	3	3
248	3	4	3	3
249	3	4	3	3
250	5	4	4	4
251	4	3	4	4
252	4	3	4	3
253	3	3	2	3
254	4	3	4	3
255	4	4	4	5
256	4	3	4	4
257	4	4	3	3
258	4	4	3	4

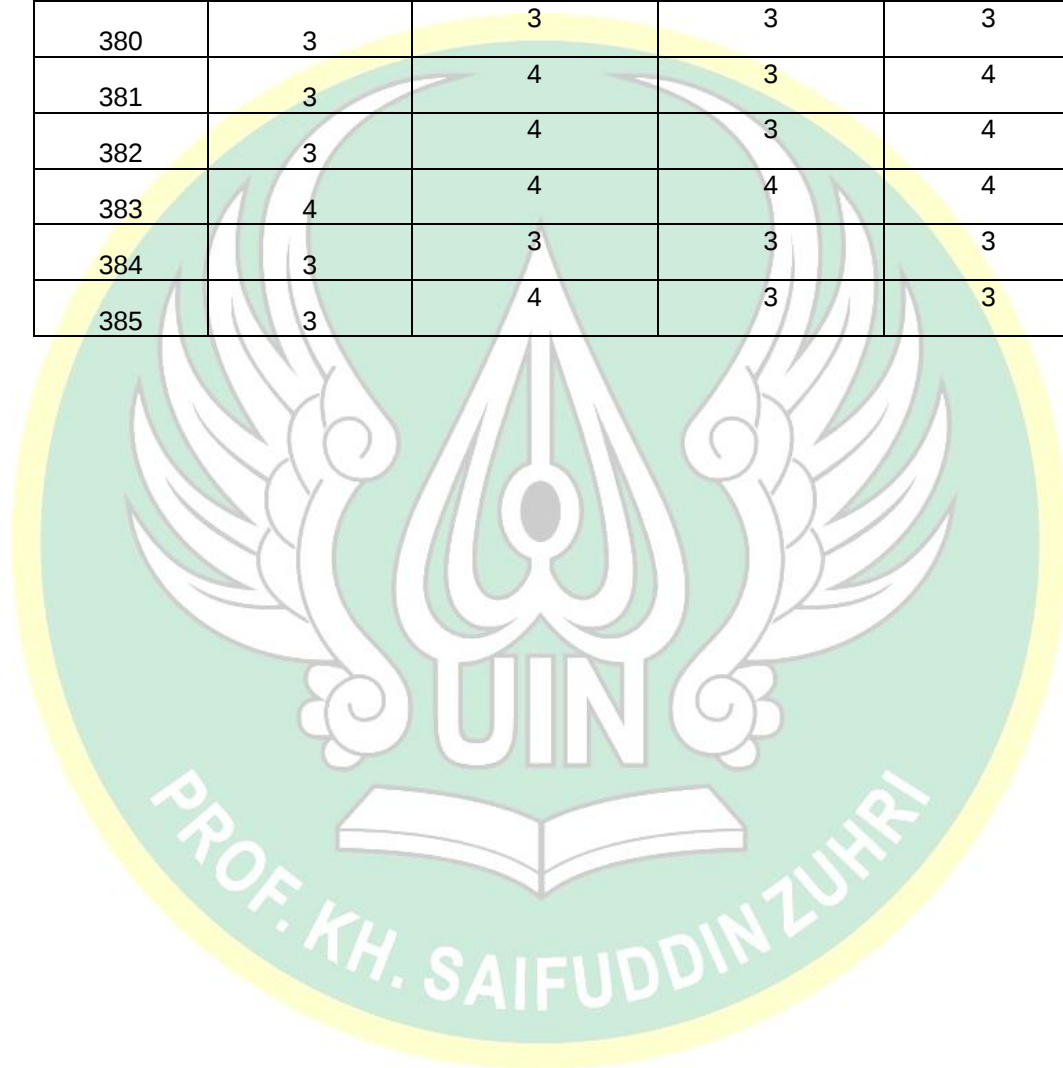
259	4	4	4	4
260	4	4	4	4
261	4	3	2	3
262	3	4	3	3
263	3	3	4	3
264	5	4	5	5
265	3	4	5	5
266	5	4	4	4
267	5	4	4	4
268	3	4	4	4
269	5	4	4	4
270	5	5	5	5
271	4	4	4	4
272	3	4	3	3
273	5	4	3	4
274	3	5	4	3
275	3	4	3	3
276	5	5	5	5
277	5	4	5	5
278	4	5	4	5
279	4	4	4	4
280	5	5	5	5
281	4	4	4	4
282	5	5	4	5
283	5	5	5	5
284	5	4	4	4
285	3	4	4	4
286	3	3	2	3
287	4	4	4	4

288	5	5	5	5
289	5	5	5	5
290	4	4	4	4
291	5	4	5	5
292	4	4	4	4
293	5	5	5	5
294	5	4	5	5
295	2	3	3	3
296	4	4	5	4
297	5	4	4	4
298	3	3	4	3
299	3	4	5	4
300	4	3	3	3
301	3	3	4	5
302	4	4	4	4
303	4	4	4	4
304	5	5	5	5
305	4	4	3	4
306	3	4	4	3
307	4	4	4	5
308	5	5	5	5
309	4	4	4	4
310	5	5	5	5
311	5	4	2	3
312	5	5	5	5
313	4	4	4	4
314	4	4	5	5
315	5	5	5	5
316	4	5	4	5

317	4	4	4	3
318	4	4	4	4
319	4	5	4	4
320	3	4	4	4
321	4	3	4	3
322	4	4	4	4
323	3	3	4	4
324	3	3	4	4
325	5	5	5	5
326	3	3	3	3
327	4	4	4	4
328	4	5	5	5
329	3	3	5	3
330	4	4	3	4
331	5	5	5	5
332	5	4	4	4
333	4	4	4	4
334	4	3	4	4
335	5	5	5	5
336	5	5	5	5
337	5	4	4	4
338	4	4	4	4
339	3	3	4	3
340	4	4	3	4
341	4	4	4	4
342	4	4	4	4
343	5	4	4	4
344	4	4	5	5
345	4	3	5	5

346	3	4	4	3
347	4	5	5	5
348	4	4	4	4
349	5	5	4	4
350	5	5	5	5
351	4	4	4	4
352	5	5	5	4
353	3	3	3	3
354	4	4	4	4
355	4	4	3	4
356	3	4	4	4
357	4	4	5	5
358	5	5	5	5
359	4	4	3	5
360	5	5	5	5
361	3	3	3	3
362	5	5	5	5
363	4	3	4	4
364	4	5	2	5
365	3	3	3	3
366	4	3	4	4
367	5	5	5	5
368	5	5	5	5
369	5	5	5	5
370	5	5	5	5
371	4	3	4	3
372	3	3	3	5
373	4	5	4	4
374	4	4	3	3

375	4	4	3	4
376	4	3	4	3
377	4	3	4	5
378	5	5	5	5
379	3	3	3	4
380	3	3	3	3
381	3	4	3	4
382	3	4	3	4
383	4	4	4	4
384	3	3	3	3
385	3	4	3	3



Lampiran 5 tabulasi X3

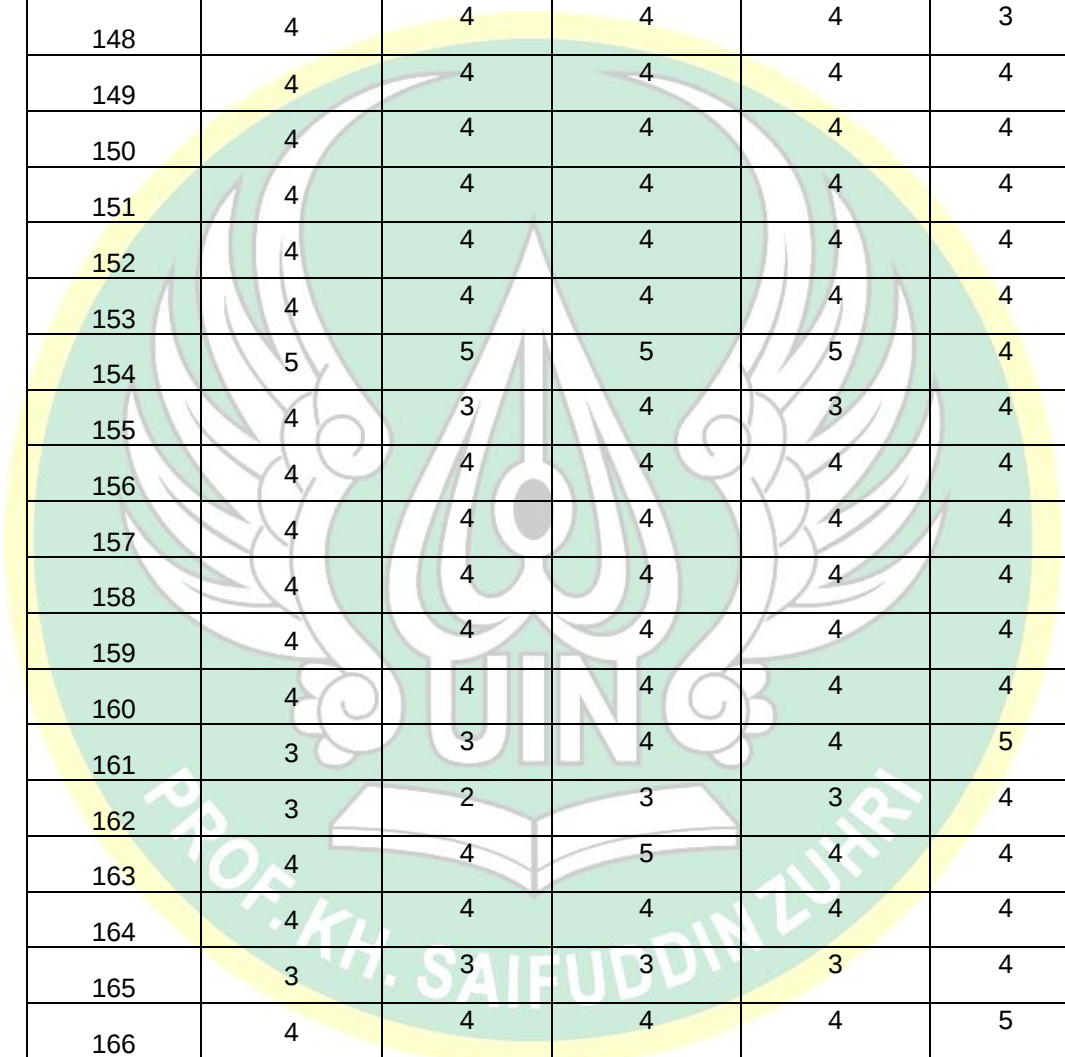
No Responden	X3 Tarik Tunai Tanpa Kartu				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
1	4	4	4	5	5
2	5	4	5	4	5
3	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4
5	4	4	5	4	4
6	4	5	4	4	5
7	4	4	4	4	5
8	5	4	3	4	4
9	2	3	3	3	5
10	3	3	3	3	3
11	4	4	4	3	4
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4
15	4	4	5	5	3
16	4	4	4	4	4
17	5	5	5	5	5
18	5	5	4	5	4
19	3	3	3	3	4
20	3	2	2	4	3
21	4	4	4	4	4
22	4	3	4	4	4
23	4	3	5	3	4
24	4	3	4	3	3
25	4	2	4	5	5
26	4	3	4	4	4

27	4	3	4	4	3
28	5	5	5	5	5
29	3	3	2	3	4
30	3	3	3	3	3
31	5	4	4	5	4
32	5	2	2	4	4
33	4	4	4	4	5
34	4	3	3	4	4
35	5	4	4	4	5
36	5	5	5	5	5
37	4	3	3	3	4
38	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4
40	3	3	3	3	3
41	4	3	3	5	5
42	4	4	3	4	4
43	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3
45	4	3	3	4	3
46	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4
48	3	2	2	3	3
49	5	5	5	5	5
50	3	3	4	4	5
51	4	4	4	4	4
52	4	3	4	4	4
53	2	2	3	4	4
54	4	4	3	3	3
55	4	4	4	4	5

56	3	4	4	4	4
57	4	3	3	4	4
58	3	2	3	4	4
59	5	4	4	4	5
60	4	5	5	4	4
61	5	4	3	4	4
62	4	4	3	3	4
63	3	2	2	3	3
64	4	3	4	4	4
65	4	4	4	5	4
66	3	4	4	4	5
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4
69	5	4	3	4	5
70	3	4	3	4	2
71	3	2	3	3	3
72	4	4	4	4	4
73	5	5	4	4	4
74	3	4	5	3	4
75	4	3	2	4	3
76	5	4	5	4	4
77	3	3	3	3	3
78	4	4	4	4	4
79	3	3	4	3	4
80	4	4	3	4	4
81	4	4	5	2	5
82	5	5	5	5	4
83	5	4	4	3	4
84	5	5	5	5	5

85	3	3	3	3	3
86	5	5	5	5	5
87	4	3	5	5	4
88	3	3	2	3	3
89	3	3	3	3	3
90	3	3	3	2	2
91	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5
94	5	5	2	3	2
95	5	5	5	5	5
96	3	4	3	4	3
97	4	4	3	3	3
98	5	4	3	4	3
99	5	3	4	4	3
100	5	4	4	3	3
101	4	3	4	4	4
102	5	5	5	5	5
103	3	3	3	3	3
104	4	3	4	4	3
105	3	3	2	3	5
106	4	4	3	4	4
107	4	4	4	4	3
108	3	3	3	3	3
109	3	4	3	3	3
110	4	3	4	4	4
111	4	3	4	3	3
112	4	3	4	4	4
113	3	4	4	3	4

114	3	2	2	2	3
115	3	3	3	3	2
116	4	3	4	4	2
117	4	4	3	4	4
118	4	4	4	4	4
119	4	3	3	3	3
120	4	3	4	4	4
121	3	3	3	3	3
122	4	4	3	3	4
123	4	4	3	4	4
124	4	3	4	3	4
125	4	4	4	3	4
126	5	4	4	4	4
127	5	4	5	5	4
128	4	4	4	3	5
129	4	3	4	4	4
130	4	3	4	4	4
131	4	3	4	3	3
132	5	5	5	5	5
133	4	3	4	4	3
134	4	3	3	3	4
135	3	4	3	3	3
136	4	3	4	4	3
137	4	3	4	3	3
138	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4
141	4	4	4	3	4
142	4	4	4	4	4



143	4	4	4	4	4
144	4	4	4	4	4
145	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	3
147	4	4	4	4	4
148	4	4	4	4	3
149	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4
153	4	4	4	4	4
154	5	5	5	5	4
155	4	3	4	3	4
156	4	4	4	4	4
157	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4
159	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4
161	3	3	4	4	5
162	3	2	3	3	4
163	4	4	5	4	4
164	4	4	4	4	4
165	3	3	3	3	4
166	4	4	4	4	5
167	4	4	4	4	5
168	5	5	5	5	4
169	4	4	4	4	4
170	4	4	4	4	4
171	3	3	4	4	4

172	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	3
174	4	4	4	4	4
175	5	5	5	5	4
176	3	3	4	4	3
177	3	4	4	4	4
178	4	4	4	4	4
179	3	3	4	4	4
180	4	4	4	4	4
181	4	4	5	4	4
182	4	4	5	5	4
183	4	5	5	5	4
184	5	5	5	5	4
185	4	4	4	4	4
186	4	4	4	4	4
187	5	5	5	5	4
188	4	4	4	4	4
189	5	5	5	5	5
190	4	4	4	4	3
191	3	3	3	3	4
192	5	4	3	5	4
193	3	3	3	4	4
194	4	4	4	4	4
195	4	4	4	4	4
196	4	4	4	4	4
197	4	4	4	4	3
198	4	4	4	4	4
199	4	4	4	4	4
200	4	4	4	4	3

201	4	4	4	4	4
202	4	4	4	4	4
203	2	3	3	3	5
204	5	5	5	5	4
205	4	4	4	4	4
206	3	3	3	3	4
207	4	3	4	3	4
208	4	3	5	4	4
209	5	4	4	4	4
210	5	4	4	4	5
211	4	4	4	4	4
212	4	4	4	4	4
213	4	4	4	4	4
214	4	4	4	3	4
215	4	5	4	5	4
216	4	4	4	4	4
217	4	4	4	4	5
218	4	4	4	4	5
219	4	4	4	4	5
220	5	4	4	4	4
221	4	4	4	4	4
222	4	4	4	4	5
223	4	5	4	4	4
224	4	4	4	4	5
225	4	4	4	4	4
226	4	4	4	4	3
227	4	4	4	4	5
228	4	4	4	4	4
229	4	5	4	5	4

230	5	5	5	5	4
231	4	5	4	5	4
232	5	4	5	4	4
233	5	4	4	3	4
234	4	4	4	5	5
235	5	4	5	4	5
236	4	4	4	4	4
237	4	5	4	4	4
238	4	4	5	4	4
239	4	5	4	4	5
240	4	4	4	4	5
241	5	4	3	4	4
242	2	3	3	3	5
243	3	3	3	3	3
244	4	4	4	3	4
245	5	5	5	5	5
246	5	5	5	5	5
247	4	4	4	4	4
248	4	4	5	5	3
249	4	4	4	4	4
250	5	5	5	5	5
251	5	5	4	5	4
252	3	3	3	3	4
253	3	2	2	4	3
254	4	4	4	4	4
255	4	3	4	4	4
256	4	3	5	3	4
257	4	3	4	3	3
258	4	2	4	5	5

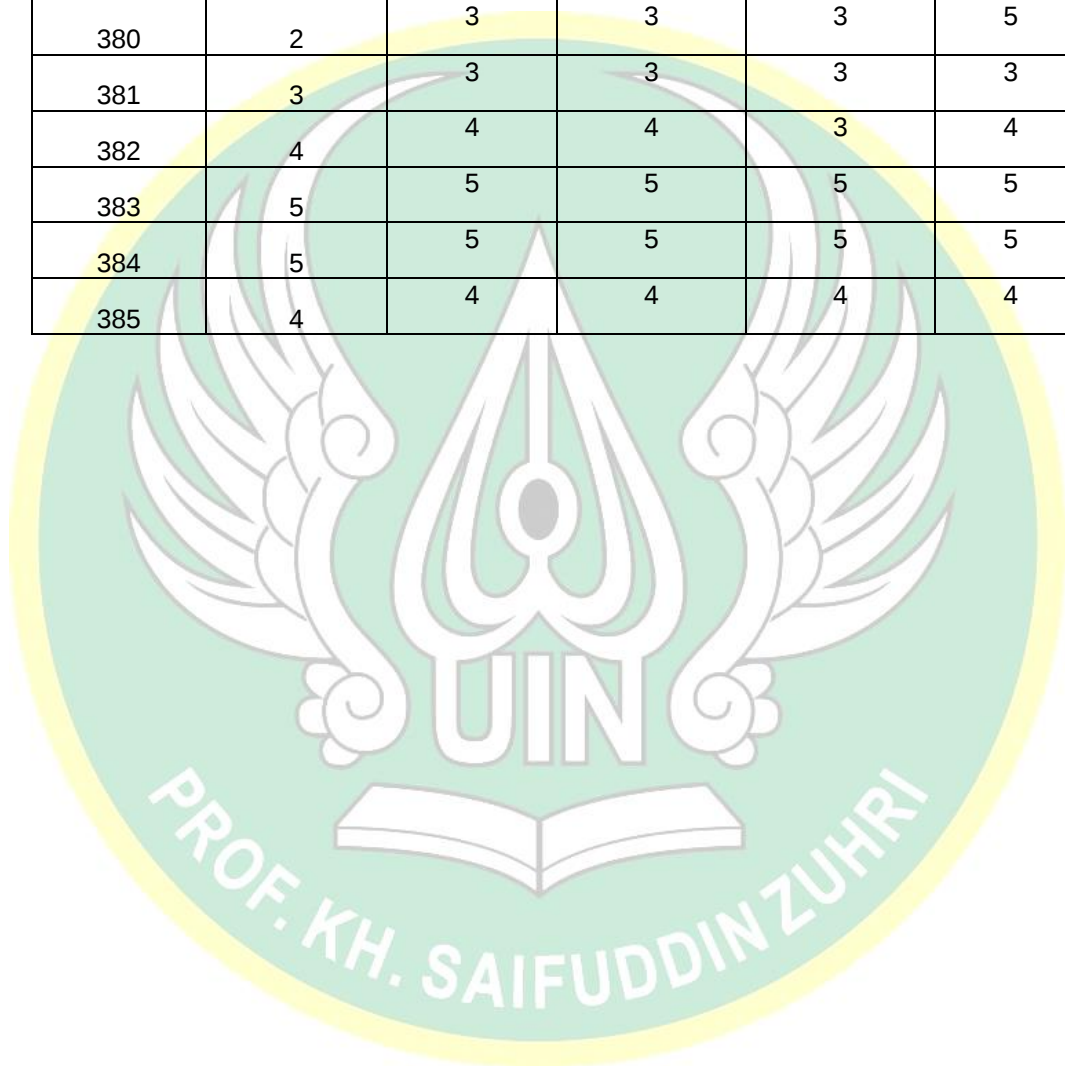
259	4	3	4	4	4
260	4	3	4	4	3
261	5	5	5	5	5
262	3	3	2	3	4
263	3	3	3	3	3
264	5	4	4	5	4
265	5	2	2	4	4
266	4	4	4	4	5
267	4	3	3	4	4
268	5	4	4	4	5
269	5	5	5	5	5
270	4	3	3	3	4
271	4	4	4	4	4
272	4	4	4	4	4
273	3	3	3	3	3
274	4	3	3	5	5
275	4	4	3	4	4
276	4	4	4	4	4
277	3	3	3	3	3
278	4	3	3	4	3
279	4	4	4	4	4
280	4	4	4	4	4
281	3	2	2	3	3
282	5	5	5	5	5
283	3	3	4	4	5
284	4	4	4	4	4
285	4	3	4	4	4
286	2	2	3	4	4
287	4	4	3	3	3

288	4	4	4	4	5
289	3	4	4	4	4
290	4	3	3	4	4
291	3	2	3	4	4
292	5	4	4	4	5
293	4	5	5	4	4
294	5	4	3	4	4
295	4	4	3	3	4
296	3	2	2	3	3
297	4	3	4	4	4
298	4	4	4	5	4
299	3	4	4	4	5
300	4	4	4	4	4
301	4	4	4	4	4
302	5	4	3	4	5
303	3	4	3	4	2
304	3	2	3	3	3
305	4	4	4	4	4
306	5	5	4	4	4
307	3	4	5	3	4
308	4	3	2	4	3
309	5	4	5	4	4
310	3	3	3	3	3
311	4	4	4	4	4
312	3	3	4	3	4
313	4	4	3	4	4
314	4	4	5	2	5
315	5	5	5	5	4
316	5	4	4	3	4

317	5	5	5	5	5
318	3	3	3	3	3
319	5	5	5	5	5
320	4	3	5	5	4
321	3	3	2	3	3
322	3	3	3	3	3
323	3	3	3	2	2
324	5	5	5	5	5
325	5	5	5	5	5
326	5	5	5	5	5
327	5	5	2	3	2
328	5	5	5	5	5
329	3	4	3	4	3
330	4	4	3	3	3
331	5	4	3	4	3
332	5	3	4	4	3
333	5	4	4	3	3
334	4	3	4	4	4
335	5	5	5	5	5
336	3	3	3	3	3
337	4	3	4	4	3
338	3	3	2	3	5
339	4	4	3	4	4
340	4	4	4	4	3
341	3	3	3	3	3
342	3	4	3	3	3
343	4	3	4	4	4
344	4	3	4	3	3
345	4	3	4	4	4

346	3	4	4	3	4
347	3	2	2	2	3
348	3	3	3	3	2
349	4	3	4	4	2
350	4	4	3	4	4
351	4	4	4	4	4
352	4	3	3	3	3
353	4	3	4	4	4
354	3	3	3	3	3
355	4	4	3	3	4
356	4	4	3	4	4
357	4	3	4	3	4
358	4	4	4	3	4
359	5	4	4	4	4
360	5	4	5	5	4
361	4	4	4	3	5
362	4	3	4	4	4
363	4	3	4	4	4
364	4	3	4	3	3
365	5	5	5	5	5
366	4	3	4	4	3
367	4	3	3	3	4
368	3	4	3	3	3
369	4	3	4	4	3
370	4	3	4	3	3
371	5	5	5	5	5
372	4	4	4	5	5
373	5	4	5	4	5
374	4	4	4	4	4

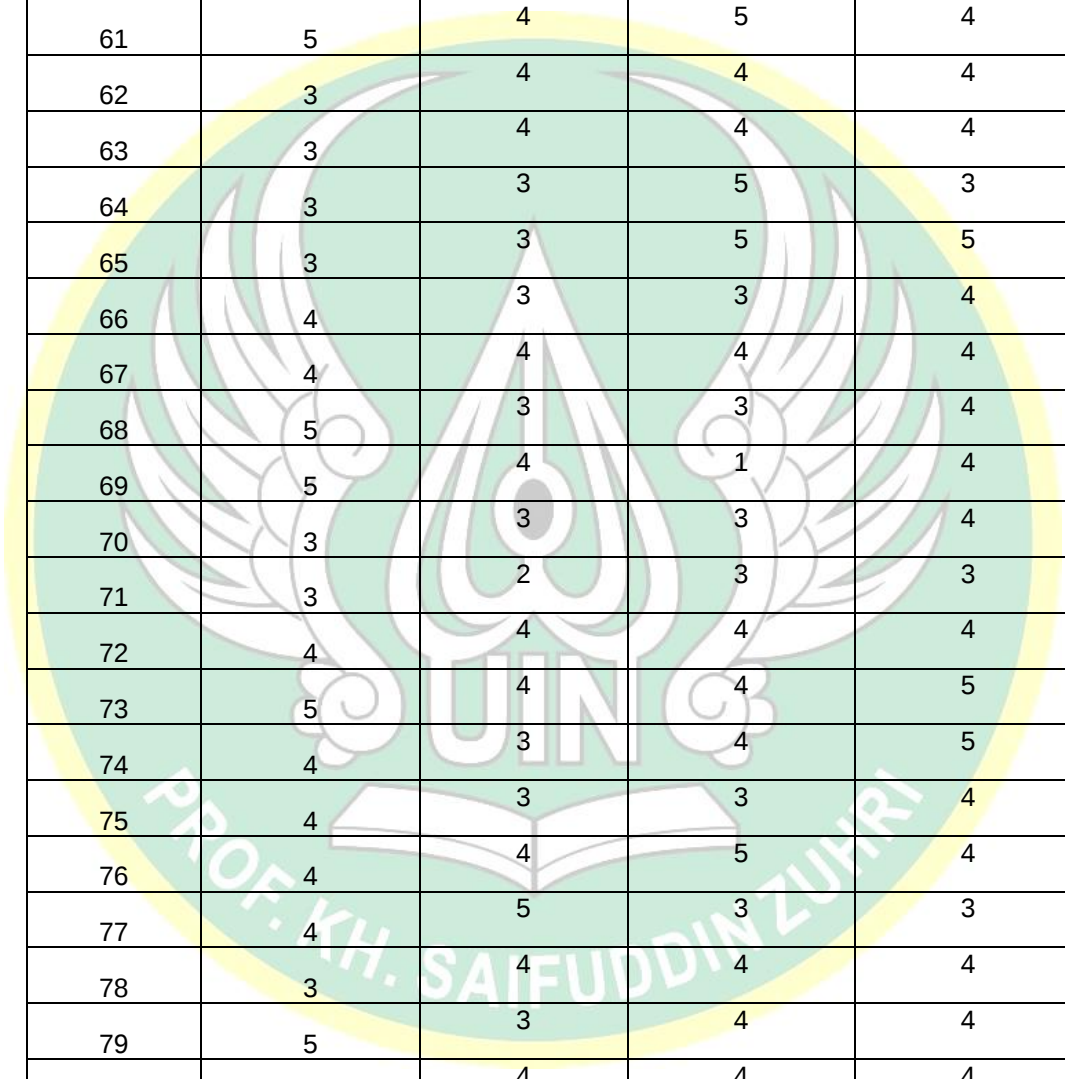
375	4	5	4	4	4
376	4	4	5	4	4
377	4	5	4	4	5
378	4	4	4	4	5
379	5	4	3	4	4
380	2	3	3	3	5
381	3	3	3	3	3
382	4	4	4	3	4
383	5	5	5	5	5
384	5	5	5	5	5
385	4	4	4	4	4



Lampiran 6 Tabulasi (Y)

No Responden	Y Loyalitas			
	Y1	Y2	Y3	Y4
1	5	5	5	5
2	5	4	5	5
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
5	5	4	4	4
6	5	4	4	5
7	5	5	5	5
8	5	4	4	4
9	2	2	3	4
10	5	3	4	3
11	3	4	3	3
12	5	5	5	5
13	4	4	4	4
14	4	4	4	4
15	3	5	4	3
16	3	5	4	4
17	5	5	5	5
18	1	4	4	4
19	3	2	2	2
20	3	4	4	4
21	4	4	4	4
22	5	4	4	4
23	3	4	4	4
24	3	4	3	3
25	5	2	4	1
26	4	4	4	4

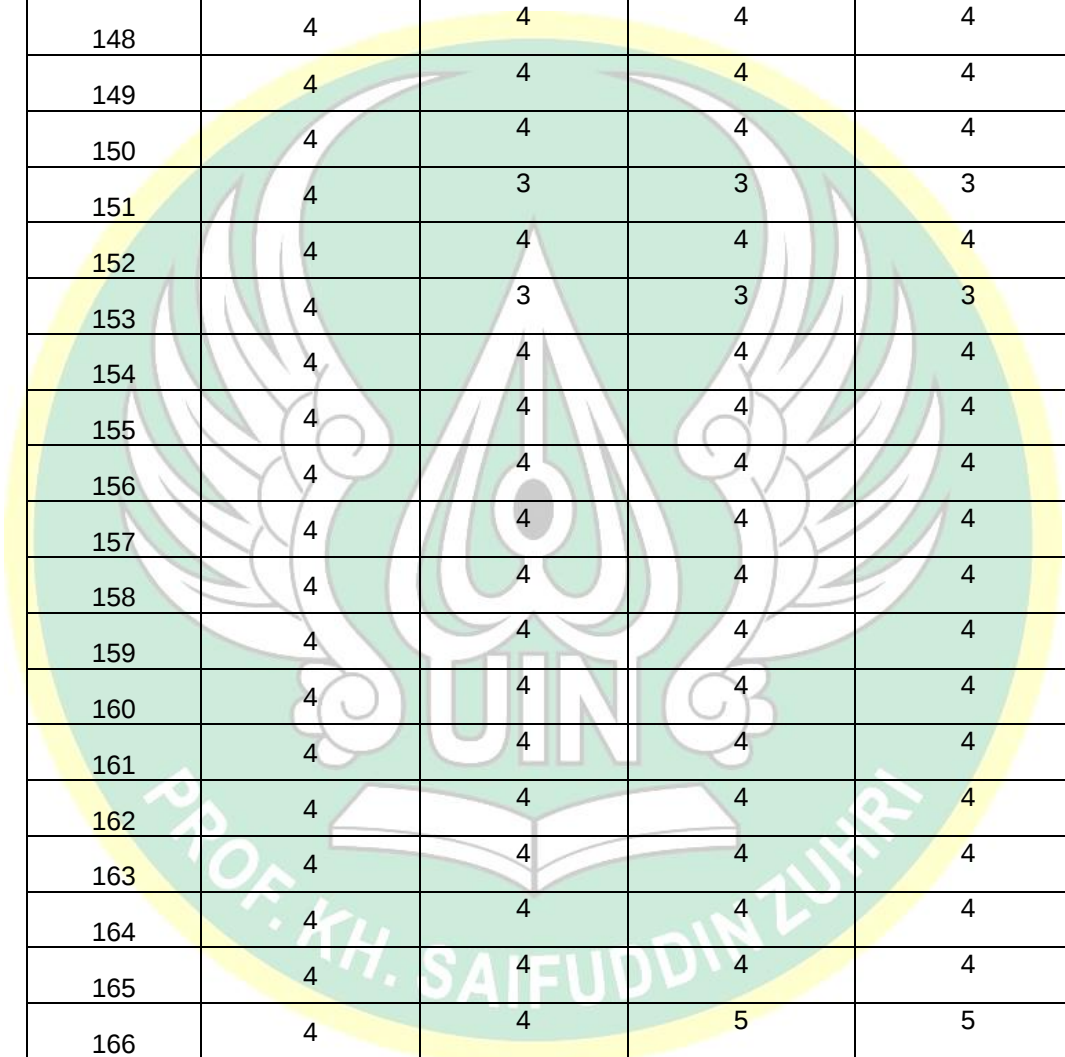
27	3	4	4	3
28	5	4	5	5
29	3	3	3	4
30	5	4	3	3
31	5	5	4	4
32	4	5	5	4
33	4	4	4	4
34	4	4	4	5
35	5	4	5	3
36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	4	5	5	5
39	4	4	4	4
40	3	4	5	5
41	5	5	5	5
42	4	4	4	4
43	5	4	4	4
44	3	2	3	3
45	4	4	4	3
46	4	4	4	4
47	4	3	4	4
48	4	3	3	3
49	5	5	5	5
50	5	3	4	4
51	4	4	4	4
52	5	4	5	5
53	5	4	5	4
54	3	3	3	3
55	5	5	5	5



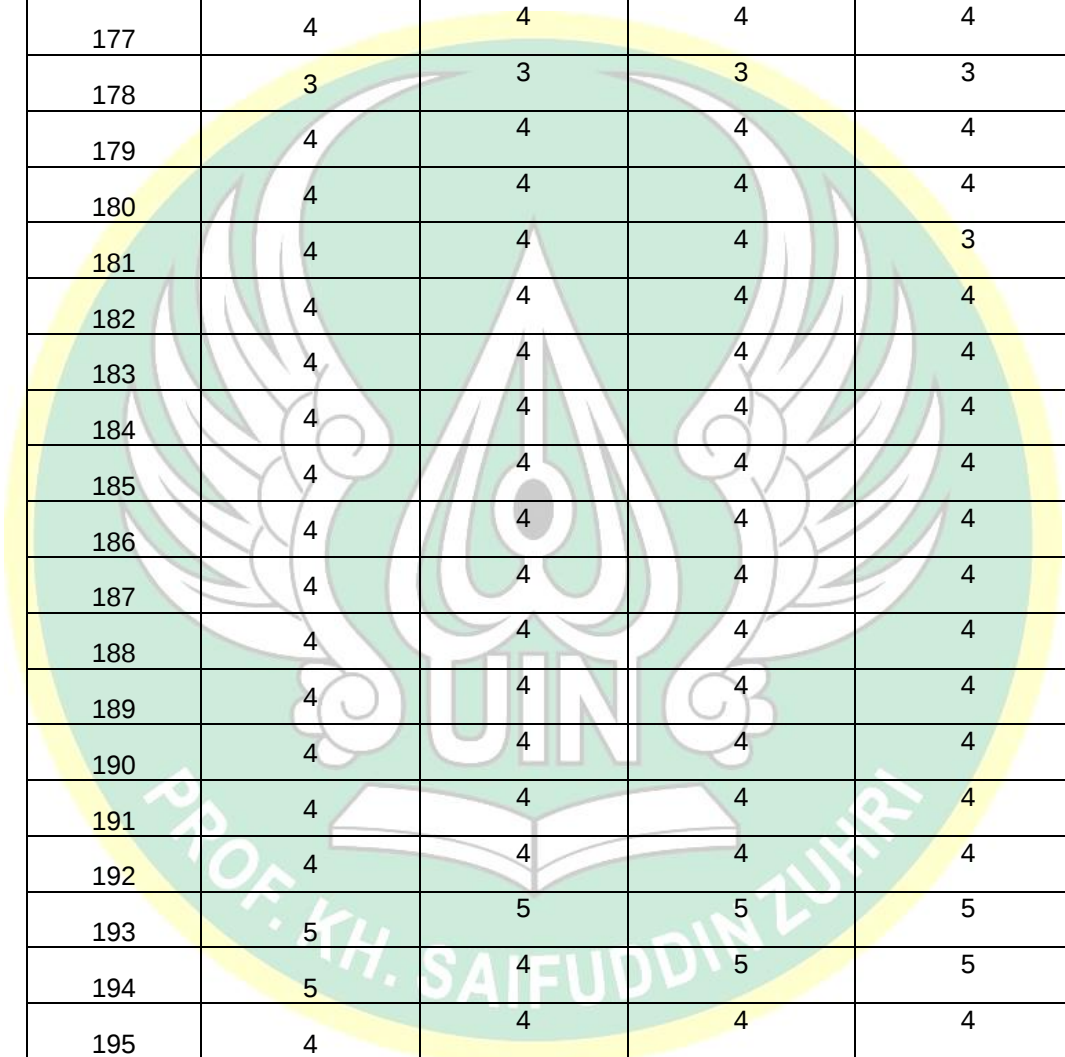
56	3	4	4	4
57	3	4	4	4
58	5	4	4	5
59	4	4	4	4
60	5	4	4	5
61	5	4	5	4
62	3	4	4	4
63	3	4	4	4
64	3	3	5	3
65	3	3	5	5
66	4	3	3	4
67	4	4	4	4
68	5	3	3	4
69	5	4	1	4
70	3	3	3	4
71	3	2	3	3
72	4	4	4	4
73	5	4	4	5
74	4	3	4	5
75	4	3	3	4
76	4	4	5	4
77	4	5	3	3
78	3	4	4	4
79	5	3	4	4
80	4	4	4	4
81	5	2	5	5
82	4	4	4	4
83	4	5	3	4
84	5	5	5	5

85	3	3	3	3
86	5	5	5	5
87	2	4	5	3
88	5	5	5	5
89	5	5	5	5
90	5	3	5	3
91	5	5	5	5
92	5	5	5	5
93	5	5	5	5
94	4	3	5	5
95	5	4	3	4
96	5	3	4	3
97	5	4	3	4
98	5	4	3	3
99	3	3	3	3
100	4	4	3	4
101	4	4	4	4
102	5	5	5	5
103	3	3	3	3
104	4	3	4	4
105	4	4	3	4
106	5	4	4	4
107	5	5	5	4
108	4	3	3	3
109	3	3	4	3
110	3	4	3	4
111	4	3	4	3
112	5	4	4	4
113	4	3	4	4

114	3	3	4	2
115	4	3	3	3
116	3	4	4	4
117	4	3	4	4
118	5	4	4	4
119	4	3	4	3
120	4	3	3	3
121	3	3	3	3
122	4	3	5	2
123	5	4	4	4
124	4	4	3	3
125	4	3	4	4
126	4	3	4	4
127	4	4	3	4
128	4	4	3	4
129	3	4	4	4
130	4	5	3	4
131	4	3	4	4
132	5	5	5	5
133	4	3	3	3
134	3	4	3	3
135	4	3	4	4
136	4	3	3	4
137	4	3	4	3
138	5	5	5	5
139	4	4	4	4
140	4	4	4	4
141	4	4	4	4
142	3	4	4	4

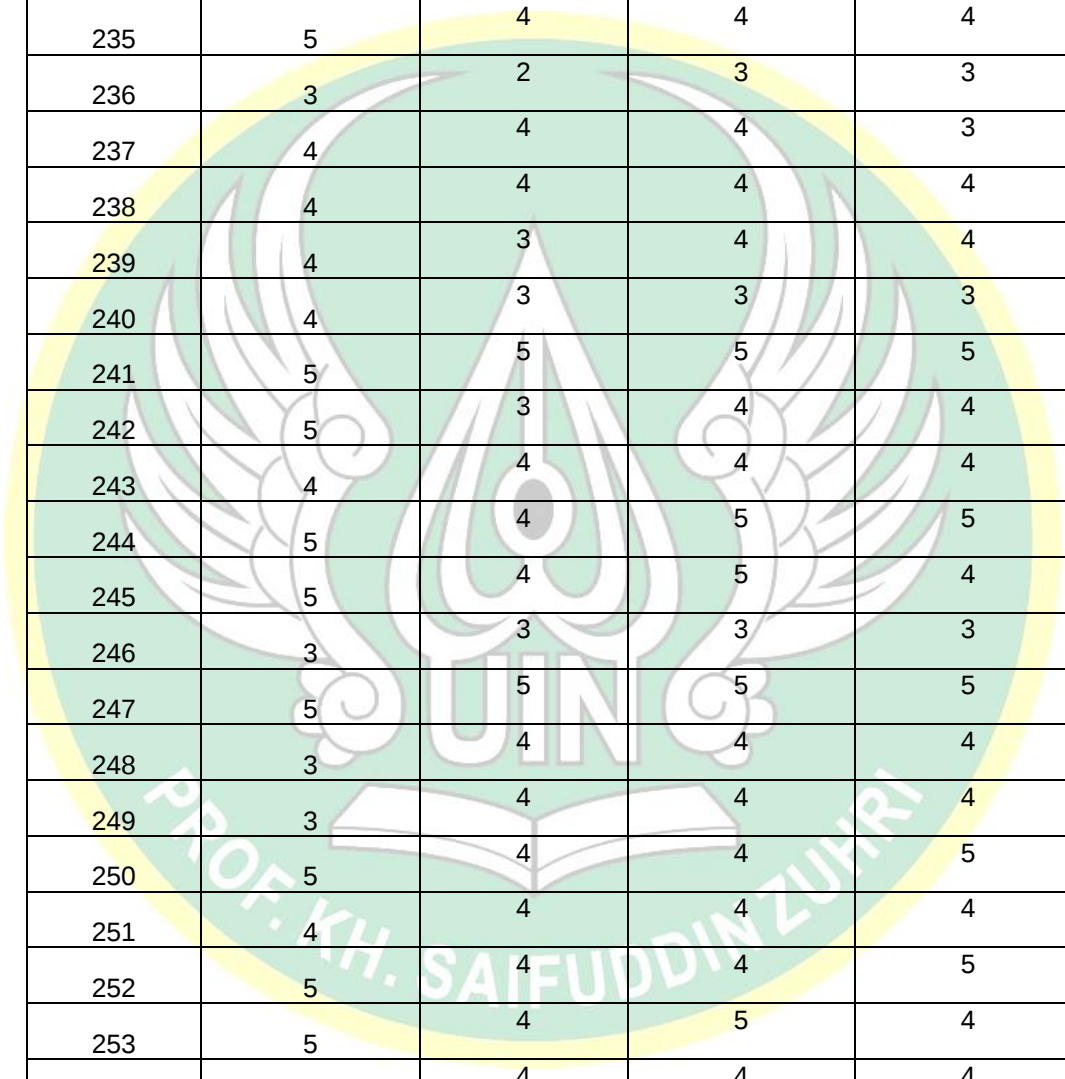


143	4	4	4	4
144	4	4	4	4
145	4	4	4	4
146	4	4	4	4
147	4	4	4	4
148	4	4	4	4
149	4	4	4	4
150	4	4	4	4
151	4	3	3	3
152	4	4	4	4
153	4	3	3	3
154	4	4	4	4
155	4	4	4	4
156	4	4	4	4
157	4	4	4	4
158	4	4	4	4
159	4	4	4	4
160	4	4	4	4
161	4	4	4	4
162	4	4	4	4
163	4	4	4	4
164	4	4	4	4
165	4	4	4	4
166	4	4	5	5
167	4	4	4	4
168	4	4	4	4
169	4	4	4	4
170	4	4	4	4
171	4	4	4	5



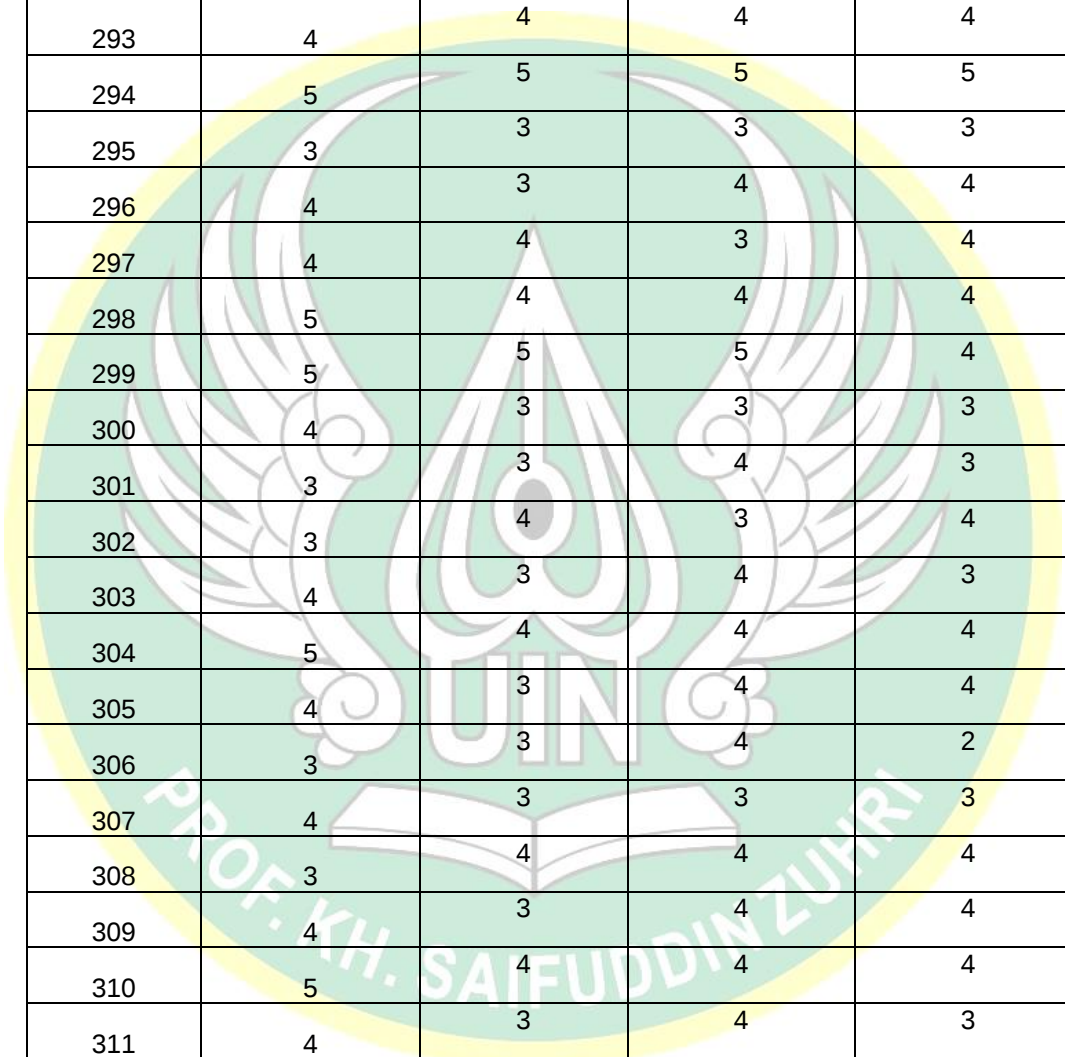
172	5	5	5	5
173	3	3	4	4
174	4	4	4	4
175	4	4	4	4
176	4	4	4	4
177	4	4	4	4
178	3	3	3	3
179	4	4	4	4
180	4	4	4	4
181	4	4	4	3
182	4	4	4	4
183	4	4	4	4
184	4	4	4	4
185	4	4	4	4
186	4	4	4	4
187	4	4	4	4
188	4	4	4	4
189	4	4	4	4
190	4	4	4	4
191	4	4	4	4
192	4	4	4	4
193	5	5	5	5
194	5	4	5	5
195	4	4	4	4
196	5	5	5	5
197	5	4	4	4
198	5	4	4	5
199	5	5	5	5
200	5	4	4	4

201	2	2	3	4
202	5	3	4	3
203	3	4	3	3
204	5	5	5	5
205	4	4	4	4
206	4	4	4	4
207	3	5	4	3
208	3	5	4	4
209	5	5	5	5
210	1	4	4	4
211	3	2	2	2
212	3	4	4	4
213	4	4	4	4
214	5	4	4	4
215	3	4	4	4
216	3	4	3	3
217	5	2	4	1
218	4	4	4	4
219	3	4	4	3
220	5	4	5	5
221	3	3	3	4
222	5	4	3	3
223	5	5	4	4
224	4	5	5	4
225	4	4	4	4
226	4	4	4	5
227	5	4	5	3
228	5	5	5	5
229	4	4	4	4



230	4	5	5	5
231	4	4	4	4
232	3	4	5	5
233	5	5	5	5
234	4	4	4	4
235	5	4	4	4
236	3	2	3	3
237	4	4	4	3
238	4	4	4	4
239	4	3	4	4
240	4	3	3	3
241	5	5	5	5
242	5	3	4	4
243	4	4	4	4
244	5	4	5	5
245	5	4	5	4
246	3	3	3	3
247	5	5	5	5
248	3	4	4	4
249	3	4	4	4
250	5	4	4	5
251	4	4	4	4
252	5	4	4	5
253	5	4	5	4
254	3	4	4	4
255	3	4	4	4
256	3	3	5	3
257	3	3	5	5
258	4	3	3	4

259	4	4	4	4
260	5	3	3	4
261	5	4	1	4
262	3	3	3	4
263	3	2	3	3
264	4	4	4	4
265	5	4	4	5
266	4	3	4	5
267	4	3	3	4
268	4	4	5	4
269	4	5	3	3
270	3	4	4	4
271	5	3	4	4
272	4	4	4	4
273	5	2	5	5
274	4	4	4	4
275	4	5	3	4
276	5	5	5	5
277	3	3	3	3
278	5	5	5	5
279	2	4	5	3
280	5	5	5	5
281	5	5	5	5
282	5	3	5	3
283	5	5	5	5
284	5	5	5	5
285	5	5	5	5
286	4	3	5	5
287	5	4	3	4

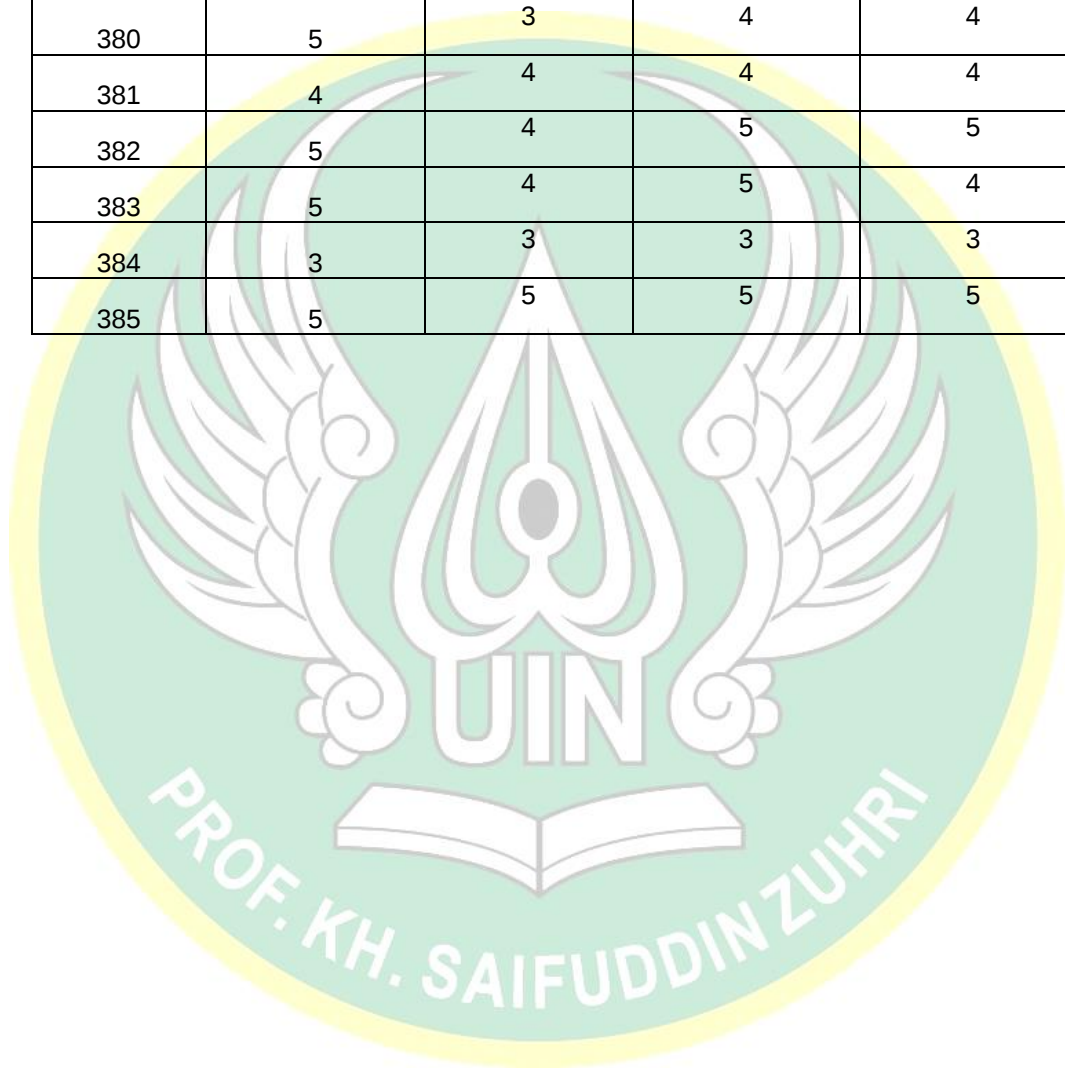


288	5	3	4	3
289	5	4	3	4
290	5	4	3	3
291	3	3	3	3
292	4	4	3	4
293	4	4	4	4
294	5	5	5	5
295	3	3	3	3
296	4	3	4	4
297	4	4	3	4
298	5	4	4	4
299	5	5	5	4
300	4	3	3	3
301	3	3	4	3
302	3	4	3	4
303	4	3	4	3
304	5	4	4	4
305	4	3	4	4
306	3	3	4	2
307	4	3	3	3
308	3	4	4	4
309	4	3	4	4
310	5	4	4	4
311	4	3	4	3
312	4	3	3	3
313	3	3	3	3
314	4	3	5	2
315	5	4	4	4
316	4	4	3	3

317	4	3	4	4
318	4	3	4	4
319	4	4	3	4
320	4	4	3	4
321	3	4	4	4
322	4	5	3	4
323	4	3	4	4
324	5	5	5	5
325	4	3	3	3
326	3	4	3	3
327	4	3	4	4
328	4	3	3	4
329	4	3	4	3
330	5	5	5	5
331	5	5	5	5
332	5	4	5	5
333	4	4	4	4
334	5	5	5	5
335	5	4	4	4
336	5	4	4	5
337	5	5	5	5
338	5	4	4	4
339	2	2	3	4
340	5	3	4	3
341	3	4	3	3
342	5	5	5	5
343	4	4	4	4
344	4	4	4	4
345	3	5	4	3

346	3	5	4	4
347	5	5	5	5
348	1	4	4	4
349	3	2	2	2
350	3	4	4	4
351	4	4	4	4
352	5	4	4	4
353	3	4	4	4
354	3	4	3	3
355	5	2	4	1
356	4	4	4	4
357	3	4	4	3
358	5	4	5	5
359	3	3	3	4
360	5	4	3	3
361	5	5	4	4
362	4	5	5	4
363	4	4	4	4
364	4	4	4	5
365	5	4	5	3
366	5	5	5	5
367	4	4	4	4
368	4	5	5	5
369	4	4	4	4
370	3	4	5	5
371	5	5	5	5
372	4	4	4	4
373	5	4	4	4
374	3	2	3	3

375	4	4	4	3
376	4	4	4	4
377	4	3	4	4
378	4	3	3	3
379	5	5	5	5
380	5	3	4	4
381	4	4	4	4
382	5	4	5	5
383	5	4	5	4
384	3	3	3	3
385	5	5	5	5



Lampiran 7 Validitas dan Reabilitas X1

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.482**	.379**	.334**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X1.2	Pearson Correlation	.482**	1	.292**	.333**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X1.3	Pearson Correlation	.379**	.292**	1	.623**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X1.4	Pearson Correlation	.334**	.333**	.623**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385
TOTAL_X 1	Pearson Correlation	.723**	.699**	.777**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	4

Lampiran 8 Validitas dan Reabilitas X2

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X 2
X2.1	Pearson Correlation	1	.645**	.554**	.613**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X2.2	Pearson Correlation	.645**	1	.523**	.639**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X2.3	Pearson Correlation	.554**	.523**	1	.653**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385
X2.4	Pearson Correlation	.613**	.639**	.653**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385
TOTAL_X 2	Pearson Correlation	.838**	.829**	.822**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4

Lampiran 9 Validitas dan Reabilitas X3

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_ X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.625**	.549**	.589**	.359**	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
X3.2	Pearson Correlation	.625**	1	.608**	.551**	.425**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
X3.3	Pearson Correlation	.549**	.608**	1	.584**	.476**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
X3.4	Pearson Correlation	.589**	.551**	.584**	1	.476**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385	385
X3.5	Pearson Correlation	.359**	.425**	.476**	.476**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385	385
TOTAL_ X3	Pearson Correlation	.787**	.821**	.824**	.806**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385	385
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

Lampiran 10 Validitas dan Reabilitas Y

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.349**	.385**	.383**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
Y2	Pearson Correlation	.349**	1	.485**	.569**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
Y3	Pearson Correlation	.385**	.485**	1	.550**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385
Y4	Pearson Correlation	.383**	.569**	.550**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.703**	.779**	.780**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.766	4

Lampiran 11 Data Interval

Successive Interval

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	jumlah	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	jumlah	Y1	Y2	Y3	Y4	jumlah
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	3,493	3,324	3,196	4,987	4,681	19,681	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	3,536	3,128	3,398	13,720	4,848	3,324	4,499	3,647	4,681	20,999	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	4,594	3,196	3,647	3,359	18,290	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	4,499	3,647	3,359	18,322	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	4,878	3,536	3,128	3,398	14,939	3,493	4,594	3,196	3,647	4,681	19,611	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	4,848	3,324	2,057	3,647	3,359	17,236	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	1,000	2,168	2,057	2,371	4,681	12,277	1,547	1,000	2,619	3,763	8,929
4,428	1,935	2,002	3,259	11,624	2,518	1,000	1,000	1,000	5,518	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	4,836	2,081	3,855	2,559	13,331
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	3,493	3,324	4,499	4,987	2,156	18,459	2,515	4,583	3,855	2,559	13,512
2,981	3,128	4,512	3,259	13,879	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	4,583	3,855	3,763	14,717
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	4,848	4,594	3,196	4,987	3,359	20,984	1,000	3,257	3,855	3,763	11,875
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	1,000	1,000	2,059	1,000	5,059	2,231	2,168	2,057	2,371	3,359	12,186	2,515	1,000	1,507	1,608	6,630
4,428	4,540	4,512	3,259	16,739	3,659	2,261	4,378	2,172	12,470	2,231	1,000	1,000	3,647	2,156	10,035	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	4,603	16,699	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	4,540	1,000	2,125	12,093	2,518	2,261	4,378	2,172	11,329	3,493	2,168	4,499	2,371	3,359	15,890	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
1,826	4,540	3,127	3,259	12,752	3,659	1,000	2,059	1,000	7,718	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950

2,981	4,540	3,127	1,000	11,648	2,518	1,000	3,128	3,398	10,043	3,493	1,000	3,196	4,987	4,681	17,357	4,836	1,000	3,855	1,000	10,691
2,981	3,128	2,002	3,259	11,369	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
1,826	3,128	3,127	3,259	11,340	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	2,515	3,257	3,855	2,559	12,186
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357
2,981	4,540	3,127	2,125	12,773	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	2,231	2,168	1,000	2,371	3,359	11,129	2,515	2,081	2,619	3,763	10,978
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	2,518	2,261	3,128	1,000	8,907	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	4,836	3,257	2,619	2,559	13,271
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	3,659	2,261	3,128	3,398	12,446	4,848	3,324	3,196	4,987	3,359	19,714	4,836	4,583	3,855	3,763	17,037
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	1,000	1,000	3,647	3,359	13,855	3,596	4,583	5,171	3,763	17,114
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	2,057	3,647	3,359	14,725	3,596	3,257	3,855	5,092	15,801
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	4,878	2,261	1,000	1,000	9,139	4,848	3,324	3,196	3,647	4,681	19,696	4,836	3,257	5,171	2,559	15,823
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	2,057	2,371	3,359	13,448	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	4,583	5,171	5,092	18,444
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
1,000	1,935	3,127	4,603	10,666	3,659	3,536	3,128	3,398	13,720	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	3,257	5,171	5,092	16,036
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	1,000	10,048	3,493	2,168	2,057	4,987	4,681	17,386	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	3,536	3,128	2,172	12,495	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	4,540	3,127	3,259	15,354	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	1,000	2,619	2,559	8,693
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	3,493	2,168	2,057	3,647	2,156	13,522	3,596	3,257	3,855	2,559	13,267
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	2,518	1,000	3,128	2,172	8,818	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	3,128	3,127	2,125	12,808	2,518	1,000	3,128	2,172	8,818	2,231	1,000	1,000	2,371	2,156	8,758	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	1,935	4,512	2,125	11,553	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	2,231	2,168	3,196	3,647	4,681	15,923	4,836	2,081	3,855	3,763	14,535
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	3,259	16,739	3,659	3,536	4,378	3,398	14,970	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357

4,428	4,540	3,127	4,603	16,699	2,518	1,000	4,378	1,000	8,896	1,000	1,000	2,057	3,647	3,359	11,063	4,836	3,257	5,171	3,763	17,027
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	2,057	2,371	2,156	13,401	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	2,231	3,324	3,196	3,647	3,359	15,757	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	2,057	3,647	3,359	14,725	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	4,512	3,259	13,879	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	2,231	1,000	2,057	3,647	3,359	12,294	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	3,324	3,196	3,647	4,681	19,696	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
1,826	3,128	3,127	3,259	11,340	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	4,594	4,499	3,647	3,359	19,593	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	4,848	3,324	2,057	3,647	3,359	17,236	4,836	3,257	5,171	3,763	17,027
4,428	3,128	3,127	2,125	12,808	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	2,057	2,371	3,359	14,604	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	2,231	1,000	1,000	2,371	2,156	8,758	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	4,512	2,125	12,745	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	2,515	2,081	5,171	2,559	12,326
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	4,987	3,359	18,359	2,515	2,081	5,171	5,092	14,860
2,981	1,935	4,512	3,259	12,687	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	3,324	3,196	3,647	4,681	17,079	3,596	2,081	2,619	3,763	12,059
2,981	1,000	3,127	3,259	10,367	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	2,081	2,619	3,763	13,299
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	3,659	1,000	4,378	3,398	12,435	4,848	3,324	2,057	3,647	4,681	18,557	4,836	3,257	1,000	3,763	12,856
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	3,128	1,000	8,907	2,231	3,324	2,057	3,647	1,000	12,259	2,515	2,081	2,619	3,763	10,978
1,826	3,128	4,512	3,259	12,724	3,659	3,536	4,378	3,398	14,970	2,231	1,000	2,057	2,371	2,156	9,815	2,515	1,000	2,619	2,559	8,693
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	4,878	3,536	3,128	2,172	13,713	4,848	4,594	3,196	3,647	3,359	19,645	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	3,324	4,499	2,371	3,359	15,784	3,596	2,081	3,855	5,092	14,625
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	1,000	3,647	2,156	12,465	3,596	2,081	2,619	3,763	12,059
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	3,536	4,378	2,172	14,964	4,848	3,324	4,499	3,647	3,359	19,678	3,596	3,257	5,171	3,763	15,787
1,826	1,935	2,002	2,125	7,888	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	3,596	4,583	2,619	2,559	13,358
4,428	4,540	2,002	3,259	14,229	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	2,231	2,168	3,196	2,371	3,359	13,325	4,836	2,081	3,855	3,763	14,535
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471

4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	3,324	4,499	1,000	4,681	16,997	4,836	1,000	5,171	5,092	16,100
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	3,398	11,377	4,848	3,324	3,196	2,371	3,359	17,098	3,596	4,583	2,619	3,763	14,562
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	2,168	4,499	4,987	3,359	18,506	1,547	3,257	5,171	2,559	12,534
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	3,536	1,000	3,398	11,592	2,231	2,168	1,000	2,371	2,156	9,926	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	2,231	2,168	2,057	1,000	1,000	8,456	4,836	2,081	5,171	2,559	14,647
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	1,000	2,371	1,000	13,813	3,596	2,081	5,171	5,092	15,941
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	2,619	3,763	14,475
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	3,398	8,975	2,231	3,324	2,057	3,647	2,156	13,416	4,836	2,081	3,855	2,559	13,331
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	3,536	3,128	2,172	12,495	3,493	3,324	2,057	2,371	2,156	13,401	4,836	3,257	2,619	3,763	14,475
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	1,000	8,980	4,848	3,324	2,057	3,647	2,156	16,033	4,836	3,257	2,619	2,559	13,271
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	4,848	2,168	3,196	3,647	2,156	16,016	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	4,848	3,324	3,196	2,371	2,156	15,895	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	3,398	11,185	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	2,059	2,172	7,749	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	2,125	15,605	2,518	2,261	2,059	2,172	9,010	2,231	2,168	1,000	2,371	4,681	12,451	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
4,428	4,540	3,127	3,259	15,354	2,518	2,261	2,059	2,172	9,010	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	4,836	4,583	5,171	3,763	18,354
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855

2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	2,231	3,324	2,057	2,371	2,156	12,139	2,515	2,081	3,855	2,559	11,010
1,826	3,128	2,002	3,259	10,214	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	2,515	3,257	2,619	3,763	12,154
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	3,596	2,081	3,855	2,559	12,091
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	2,231	3,324	3,196	2,371	3,359	14,481	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
2,981	3,128	2,002	2,125	10,235	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	2,231	1,000	1,000	1,000	2,156	7,387	2,515	2,081	3,855	1,608	10,059
4,428	1,935	3,127	2,125	11,615	2,518	1,000	1,000	1,000	5,518	2,231	2,168	2,057	2,371	1,000	9,827	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	3,493	2,168	3,196	3,647	1,000	13,505	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	3,398	12,446	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	3,659	2,261	2,059	1,000	8,980	3,493	2,168	2,057	2,371	2,156	12,245	3,596	2,081	3,855	2,559	12,091
2,981	3,128	2,002	3,259	11,369	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	2,057	2,371	3,359	14,604	3,596	2,081	5,171	1,608	12,456
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	1,000	1,000	6,659	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	2,168	3,196	2,371	3,359	14,587	3,596	3,257	2,619	2,559	12,031
2,981	4,540	2,002	2,125	11,648	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	4,848	3,324	3,196	3,647	3,359	18,375	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	2,261	4,378	3,398	12,555	4,848	3,324	4,499	4,987	3,359	21,017	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	2,371	4,681	17,065	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	4,583	2,619	3,763	14,562
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	2,168	2,057	2,371	3,359	13,448	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	4,878	2,261	2,059	2,172	11,370	2,231	3,324	2,057	2,371	2,156	12,139	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	2,518	3,536	3,128	1,000	10,181	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	3,596	2,081	2,619	3,763	12,059

2,981	4,540	2,002	2,125	11,648	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	3,596	2,081	3,855	2,559	12,091
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	3,536	3,128	3,398	13,720	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	4,878	3,536	3,128	3,398	14,939	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	1,935	2,002	3,259	11,624	2,518	1,000	1,000	1,000	5,518	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	3,128	4,512	3,259	13,879	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	3,196	2,371	3,359	14,587	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	1,000	1,000	2,059	1,000	5,059	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	3,259	16,739	3,659	2,261	4,378	2,172	12,470	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	4,603	16,699	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	1,000	2,125	12,093	2,518	2,261	4,378	2,172	11,329	2,231	2,168	3,196	3,647	4,681	15,923	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
1,826	4,540	3,127	3,259	12,752	3,659	1,000	2,059	1,000	7,718	2,231	1,000	2,057	2,371	3,359	11,018	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	4,540	3,127	1,000	11,648	2,518	1,000	3,128	3,398	10,043	3,493	3,324	4,499	3,647	3,359	18,322	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	2,002	3,259	11,369	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471

1,826	3,128	3,127	3,259	11,340	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	3,359	12,186	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	3,257	5,171	5,092	17,117
2,981	4,540	3,127	2,125	12,773	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	2,518	2,261	3,128	1,000	8,907	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	3,659	2,261	3,128	3,398	12,446	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	3,196	3,647	3,359	14,601	3,596	3,257	3,855	5,092	15,801
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	4,878	2,261	1,000	1,000	9,139	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	2,515	2,081	3,855	3,763	12,214
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	2,231	2,168	3,196	3,647	2,156	13,399	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	3,324	3,196	3,647	3,359	15,757	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
1,000	1,935	3,127	4,603	10,666	3,659	3,536	3,128	3,398	13,720	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	1,000	10,048	2,231	2,168	3,196	3,647	3,359	14,601	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	3,536	3,128	2,172	12,495	3,493	3,324	4,499	3,647	3,359	18,322	3,596	3,257	3,855	2,559	13,267
4,428	4,540	3,127	3,259	15,354	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	3,324	4,499	4,987	3,359	19,662	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	3,493	4,594	4,499	4,987	3,359	20,932	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	2,518	1,000	3,128	2,172	8,818	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	2,125	12,808	2,518	1,000	3,128	2,172	8,818	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	1,935	4,512	2,125	11,553	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	3,259	16,739	3,659	3,536	4,378	3,398	14,970	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	4,603	16,699	2,518	1,000	4,378	1,000	8,896	2,231	2,168	2,057	2,371	3,359	12,186	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	4,848	3,324	2,057	4,987	3,359	18,575	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471

4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	2,168	2,057	3,647	3,359	13,462	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	3,259	13,879	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
1,826	3,128	3,127	3,259	11,340	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	2,125	12,808	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	1,547	1,000	2,619	3,763	8,929
2,981	3,128	4,512	2,125	12,745	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	2,081	3,855	2,559	13,331
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	1,000	2,168	2,057	2,371	4,681	12,277	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
2,981	1,935	4,512	3,259	12,687	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	1,000	3,127	3,259	10,367	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	2,231	2,168	2,057	2,371	3,359	12,186	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	3,659	1,000	4,378	3,398	12,435	3,493	2,168	3,196	2,371	3,359	14,587	2,515	4,583	3,855	2,559	13,512
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	3,128	1,000	8,907	3,493	2,168	4,499	3,647	3,359	17,167	2,515	4,583	3,855	3,763	14,717
1,826	3,128	4,512	3,259	12,724	3,659	3,536	4,378	3,398	14,970	4,848	3,324	3,196	3,647	3,359	18,375	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	3,324	3,196	3,647	4,681	19,696	1,000	3,257	3,855	3,763	11,875
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	4,878	3,536	3,128	2,172	13,713	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	1,000	1,507	1,608	6,630
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	3,536	4,378	2,172	14,964	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
1,826	1,935	2,002	2,125	7,888	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	4,594	3,196	4,987	3,359	19,629	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	4,540	2,002	3,259	14,229	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	4,836	1,000	3,855	1,000	10,691
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	2,515	3,257	3,855	2,559	12,186
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	3,324	3,196	3,647	3,359	18,375	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357

4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	3,398	11,377	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	2,081	2,619	3,763	10,978
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	4,836	3,257	2,619	2,559	13,271
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	4,594	3,196	3,647	3,359	18,290	4,836	4,583	3,855	3,763	17,037
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	4,583	5,171	3,763	17,114
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	3,536	1,000	3,398	11,592	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	3,596	3,257	3,855	5,092	15,801
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	4,836	3,257	5,171	2,559	15,823
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	4,594	3,196	4,987	3,359	19,629	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	3,596	4,583	5,171	5,092	18,444
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	4,594	3,196	4,987	3,359	19,629	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	3,324	4,499	3,647	3,359	19,678	2,515	3,257	5,171	5,092	16,036
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	4,848	3,324	3,196	2,371	3,359	17,098	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	3,398	8,975	3,493	3,324	3,196	4,987	4,681	19,681	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	3,536	3,128	2,172	12,495	4,848	3,324	4,499	3,647	4,681	20,999	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	1,000	8,980	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	1,000	2,619	2,559	8,693
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	4,594	3,196	3,647	3,359	18,290	3,596	3,257	3,855	2,559	13,267
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	3,493	3,324	4,499	3,647	3,359	18,322	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	3,398	11,185	3,493	4,594	3,196	3,647	4,681	19,611	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	2,059	2,172	7,749	4,848	3,324	2,057	3,647	3,359	17,236	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	1,000	2,168	2,057	2,371	4,681	12,277	4,836	2,081	3,855	3,763	14,535
4,428	4,540	4,512	2,125	15,605	2,518	2,261	2,059	2,172	9,010	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	3,259	15,354	2,518	2,261	2,059	2,172	9,010	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	5,171	3,763	17,027
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
1,826	3,128	2,002	3,259	10,214	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	3,324	4,499	4,987	2,156	18,459	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390

4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	4,848	4,594	3,196	4,987	3,359	20,984	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	2,002	2,125	10,235	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	2,231	2,168	2,057	2,371	3,359	12,186	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
4,428	1,935	3,127	2,125	11,615	2,518	1,000	1,000	1,000	5,518	2,231	1,000	1,000	3,647	2,156	10,035	4,836	3,257	5,171	3,763	17,027
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	3,398	12,446	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	2,168	4,499	2,371	3,359	15,890	2,515	2,081	5,171	2,559	12,326
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	3,659	2,261	2,059	1,000	8,980	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	2,515	2,081	5,171	5,092	14,860
2,981	3,128	2,002	3,259	11,369	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	1,000	3,196	4,987	4,681	17,357	3,596	2,081	2,619	3,763	12,059
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	4,836	2,081	2,619	3,763	13,299
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	1,000	1,000	6,659	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	1,000	3,763	12,856
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	2,231	2,168	1,000	2,371	3,359	11,129	2,515	2,081	2,619	3,763	10,978
2,981	4,540	2,002	2,125	11,648	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	1,000	2,619	2,559	8,693
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	4,848	3,324	3,196	4,987	3,359	19,714	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	2,261	4,378	3,398	12,555	4,848	1,000	1,000	3,647	3,359	13,855	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	2,081	3,855	5,092	14,625
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	2,057	3,647	3,359	14,725	3,596	2,081	2,619	3,763	12,059
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	4,848	3,324	3,196	3,647	4,681	19,696	3,596	3,257	5,171	3,763	15,787
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	4,583	2,619	2,559	13,358
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	2,057	2,371	3,359	13,448	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	2,081	3,855	3,763	14,535
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	4,878	2,261	2,059	2,172	11,370	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	4,836	1,000	5,171	5,092	16,100
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	2,518	3,536	3,128	1,000	10,181	3,493	2,168	2,057	4,987	4,681	17,386	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	4,540	2,002	2,125	11,648	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	3,596	4,583	2,619	3,763	14,562
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683

4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	3,536	3,128	3,398	13,720	3,493	2,168	2,057	3,647	2,156	13,522	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	1,547	3,257	5,171	2,559	12,534
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	1,000	1,000	2,371	2,156	8,758	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	4,878	3,536	3,128	3,398	14,939	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	2,081	5,171	2,559	14,647
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	2,168	3,196	3,647	4,681	15,923	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	1,935	2,002	3,259	11,624	2,518	1,000	1,000	1,000	5,518	1,000	1,000	2,057	3,647	3,359	11,063	3,596	2,081	5,171	5,092	15,941
2,981	4,540	3,127	3,259	13,907	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	2,057	2,371	2,156	13,401	4,836	3,257	2,619	3,763	14,475
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	4,836	2,081	3,855	2,559	13,331
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	3,324	3,196	3,647	3,359	15,757	4,836	3,257	2,619	3,763	14,475
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	2,168	2,057	3,647	3,359	14,725	4,836	3,257	2,619	2,559	13,271
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	2,231	1,000	2,057	3,647	3,359	12,294	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
2,981	3,128	4,512	3,259	13,879	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	3,324	3,196	3,647	4,681	19,696	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	4,594	4,499	3,647	3,359	19,593	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	2,261	4,378	3,398	14,915	4,848	3,324	2,057	3,647	3,359	17,236	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	1,935	3,127	3,259	11,302	1,000	1,000	2,059	1,000	5,059	3,493	3,324	2,057	2,371	3,359	14,604	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	4,540	4,512	3,259	16,739	3,659	2,261	4,378	2,172	12,470	2,231	1,000	1,000	2,371	2,156	8,758	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
4,428	4,540	3,127	4,603	16,699	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	3,493	3,324	3,196	4,987	3,359	18,359	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	4,540	1,000	2,125	12,093	2,518	2,261	4,378	2,172	11,329	2,231	3,324	3,196	3,647	4,681	17,079	4,836	4,583	5,171	3,763	18,354
1,826	4,540	3,127	3,259	12,752	3,659	1,000	2,059	1,000	7,718	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	4,540	3,127	1,000	11,648	2,518	1,000	3,128	3,398	10,043	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	2,081	3,855	2,559	11,010
2,981	3,128	2,002	3,259	11,369	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	3,324	2,057	3,647	4,681	18,557	2,515	3,257	2,619	3,763	12,154
1,826	3,128	3,127	3,259	11,340	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	3,324	2,057	3,647	1,000	12,259	3,596	2,081	3,855	2,559	12,091
2,981	4,540	4,512	4,603	16,636	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	1,000	2,057	2,371	2,156	9,815	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711

2,981	4,540	3,127	2,125	12,773	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	2,518	2,261	3,128	1,000	8,907	4,848	4,594	3,196	3,647	3,359	19,645	2,515	2,081	3,855	1,608	10,059
4,428	3,128	4,512	4,603	16,671	3,659	2,261	3,128	3,398	12,446	2,231	3,324	4,499	2,371	3,359	15,784	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	1,000	3,647	2,156	12,465	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	3,324	4,499	3,647	3,359	19,678	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	4,878	2,261	1,000	1,000	9,139	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	2,081	3,855	2,559	12,091
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	2,168	3,196	2,371	3,359	13,325	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	3,324	4,499	1,000	4,681	16,997	3,596	2,081	5,171	1,608	12,456
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	3,359	22,287	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
1,000	1,935	3,127	4,603	10,666	3,659	3,536	3,128	3,398	13,720	4,848	3,324	3,196	2,371	3,359	17,098	3,596	3,257	2,619	2,559	12,031
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	1,000	10,048	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	3,536	3,128	2,172	12,495	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
4,428	4,540	3,127	3,259	15,354	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	2,168	4,499	4,987	3,359	18,506	3,596	3,257	2,619	3,763	13,235
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	2,231	2,168	1,000	2,371	2,156	9,926	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	3,596	4,583	2,619	3,763	14,562
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	2,518	1,000	3,128	2,172	8,818	2,231	2,168	2,057	1,000	1,000	8,456	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	3,128	3,127	2,125	12,808	2,518	1,000	3,128	2,172	8,818	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	1,935	4,512	2,125	11,553	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	1,000	2,371	1,000	13,813	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	3,259	16,739	3,659	3,536	4,378	3,398	14,970	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	3,596	2,081	2,619	3,763	12,059
4,428	4,540	3,127	4,603	16,699	2,518	1,000	4,378	1,000	8,896	2,231	3,324	2,057	3,647	2,156	13,416	3,596	2,081	3,855	2,559	12,091
4,428	4,540	3,127	2,125	14,220	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	2,057	2,371	2,156	13,401	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	3,324	2,057	3,647	2,156	16,033	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	4,848	2,168	3,196	3,647	2,156	16,016	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357

2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	3,324	3,196	2,371	2,156	15,895	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	3,259	13,879	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
1,826	3,128	3,127	3,259	11,340	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	4,836	3,257	3,855	5,092	17,040
2,981	4,540	2,002	3,259	12,782	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	3,128	3,127	2,125	12,808	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	1,000	2,371	4,681	12,451	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	3,128	1,000	7,646	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	1,547	1,000	2,619	3,763	8,929
2,981	3,128	4,512	2,125	12,745	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	3,196	3,647	2,156	15,817	4,836	2,081	3,855	2,559	13,331
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
2,981	1,935	4,512	3,259	12,687	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	3,324	2,057	2,371	2,156	12,139	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	1,000	3,127	3,259	10,367	4,878	2,261	3,128	2,172	12,439	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	3,127	4,603	15,286	3,659	1,000	4,378	3,398	12,435	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	2,515	4,583	3,855	2,559	13,512
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	3,128	1,000	8,907	2,231	3,324	3,196	2,371	3,359	14,481	2,515	4,583	3,855	3,763	14,717
1,826	3,128	4,512	3,259	12,724	3,659	3,536	4,378	3,398	14,970	2,231	1,000	1,000	1,000	2,156	7,387	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	1,000	9,827	1,000	3,257	3,855	3,763	11,875
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	4,878	3,536	3,128	2,172	13,713	3,493	2,168	3,196	3,647	1,000	13,505	2,515	1,000	1,507	1,608	6,630
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
2,981	3,128	4,512	4,603	15,224	4,878	3,536	4,378	2,172	14,964	3,493	2,168	2,057	2,371	2,156	12,245	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
1,826	1,935	2,002	2,125	7,888	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	2,515	3,257	3,855	3,763	13,390
4,428	4,540	2,002	3,259	14,229	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	2,515	3,257	2,619	2,559	10,950
4,428	3,128	3,127	3,259	13,942	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	3,324	2,057	2,371	3,359	14,604	4,836	1,000	3,855	1,000	10,691
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	3,128	2,172	10,079	3,493	3,324	2,057	3,647	3,359	15,880	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	3,128	4,512	3,259	15,326	3,659	2,261	4,378	3,398	13,696	3,493	2,168	3,196	2,371	3,359	14,587	2,515	3,257	3,855	2,559	12,186
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	3,398	11,377	4,848	3,324	3,196	3,647	3,359	18,375	2,515	2,081	2,619	3,763	10,978
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	4,848	3,324	4,499	4,987	3,359	21,017	4,836	3,257	2,619	2,559	13,271

4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	3,493	3,324	3,196	2,371	4,681	17,065	4,836	4,583	3,855	3,763	17,037
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	4,583	5,171	3,763	17,114
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	2,168	3,196	3,647	3,359	15,864	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	3,536	1,000	3,398	11,592	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	3,596	3,257	3,855	5,092	15,801
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	5,171	2,559	15,823
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	2,172	9,959	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	2,057	2,371	3,359	13,448	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	2,231	3,324	2,057	2,371	2,156	12,139	3,596	4,583	5,171	5,092	18,444
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	3,196	3,647	2,156	14,661	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	2,168	3,196	2,371	2,156	13,384	2,515	3,257	5,171	5,092	16,036
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	3,398	8,975	3,493	3,324	3,196	4,987	4,681	19,681	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	3,536	3,128	2,172	12,495	4,848	3,324	4,499	3,647	4,681	20,999	4,836	3,257	3,855	3,763	15,711
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	1,000	8,980	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	2,515	1,000	2,619	2,559	8,693
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	2,059	2,172	10,152	3,493	4,594	3,196	3,647	3,359	18,290	3,596	3,257	3,855	2,559	13,267
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	1,000	8,787	3,493	3,324	4,499	3,647	3,359	18,322	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	1,000	3,128	3,398	11,185	3,493	4,594	3,196	3,647	4,681	19,611	3,596	2,081	3,855	3,763	13,295
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	4,878	3,536	4,378	3,398	16,189	3,493	3,324	3,196	3,647	4,681	18,341	3,596	2,081	2,619	2,559	10,855
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	2,059	2,172	7,749	4,848	3,324	2,057	3,647	3,359	17,236	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	1,000	2,168	2,057	2,371	4,681	12,277	4,836	2,081	3,855	3,763	14,535
4,428	4,540	4,512	2,125	15,605	2,518	2,261	2,059	2,172	9,010	2,231	2,168	2,057	2,371	2,156	10,983	3,596	3,257	3,855	3,763	14,471
4,428	4,540	3,127	3,259	15,354	2,518	2,261	2,059	2,172	9,010	3,493	3,324	3,196	2,371	3,359	15,743	4,836	3,257	5,171	5,092	18,357
4,428	4,540	4,512	4,603	18,083	3,659	2,261	3,128	2,172	11,220	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	4,836	3,257	5,171	3,763	17,027
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	1,000	2,059	1,000	6,577	4,848	4,594	4,499	4,987	4,681	23,609	2,515	2,081	2,619	2,559	9,774
2,981	3,128	3,127	3,259	12,495	2,518	2,261	2,059	1,000	7,838	3,493	3,324	3,196	3,647	3,359	17,019	4,836	4,583	5,171	5,092	19,683

Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Devira Norma Sari
2. NIM : 2017202244
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Purwokerto, 22 Desember 2001
4. Alamat Asal : Jl. Mangunjaya II No. 4 RT 07/RW 03
Purwokerto Lor, Purwokerto Timur
5. Nomor HP/ WA Aktif : 085641537518
6. Email : deviranorma12@gmail.com
7. Nama Orang Tua
 - Ayah : M. Afnisyah Rizal
 - Ibu : Inayati Aenah

B. Riwayat Pendidikan

- a. TK/PAUD : Diponegoro 49
- b. SD/MI : SDN 2 Purwokerto Lor (2008-2014)
- c. SMP/MTs : SMP N 6 Purwokerto (2014-2017)
- d. SMA/SMK/MA : MAN 1 Banyumas (2017-2020)
- e. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto (Dalam Proses)

C. Pengalaman Organisasi

1. UKM KMPA FAKTAPALA (2020-2022)