

# **PENGUKURAN KEPUASAN NASABAH PENGGUNA SMS BANKING BANK BRI JAKARTA PUSAT DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)**

Oleh :

**Galuh Kusumastuti**

**Dosen STMIK AMIKOM Purwokerto**

## **Abstrak**

Sejalan dengan perkembangan ekonomi, pengetahuan menjadi dasar perkembangan ekonomi masyarakat (*knowledge based*) dan terfokus pada informasi (*information focused*). Industri perbankan adalah salah satu industri yang terimbas dampak perkembangan teknologi informasi (TI). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Subyek penelitian adalah nasabah-nasabah pengguna SMS banking Bank BRI sebanyak 67 nasabah. Alat analisis yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* dan regresi linear. Hasil analisis menyatakan bahwa: faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, (1) Kemudahan dalam proses registrasi, Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking, kecepatan respon dari pihak bank terhadap informasi yang dibutuhkan. (2) faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak bank, namun dinilai kurang penting oleh nasabah, sehingga terkesan berlebihan, yaitu faktor pemahaman pengkodean sms banking. (3) Faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh nasabah, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh pihak bank, yaitu sosialisasi pihak bank terhadap layanan sms banking, pelatihan awal terhadap nasabah baru, keragaman fitur-fitur pada sms banking. (4) Faktor-faktor yang menjadi prioritas utama, yaitu keterjangkauan harga, kecepatan tanggapan pihak bank ketika terjadi masalah dalam transaksi, kerahasaan data.

**Kata kunci:** *kepuasan nasabah, sms banking, importance performance analysis*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi menurut Wardiana (2006) bahwa pada masa sekarang pengetahuan menjadi dasar perkembangan ekonomi masyarakat (*knowledge based*) dan terfokus pada informasi (*information focused*). Hal inilah yang membuat telekomunikasi dan informatika memegang peranan sebagai teknologi kunci (*enabler technology*). Proses kemajuan teknologi informasi yang membawa manusia ke dalam Masyarakat atau Ekonomi Informasi. Masyarakat baru ini sering disebut sebagai masyarakat pasca industri. dalam era informasi ini, jarak fisis atau jarak geografis tidak lagi menjadi faktor pembatas dalam hubungan antar manusia atau antar lembaga

tidak lagi menjadi faktor pembatas dalam hubungan antar manusia atau antar lembaga usaha (Wardiana, 2006). Telah dikemukakan sebelumnya oleh Khalil pada tahun 2002 bahwa era informasi inilah yang membuat istilah "*distance is dead*" menjadi nyata.

TI mampu memainkan perannya dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis perbankan untuk memenangkan persaingan dengan menaikkan tingkat layanan (*service level*), mempercepat antaran jasa, meningkatkan efisiensi (*efficiency level*), meningkatkan efektivitas, dan meningkatkan produktivitas karyawan (*employee productivity*) serta meningkatkan kemampuan menjual

Persaingan dan perkembangan TI pada perbankan menyebabkan lahirnya berbagai produk dan jasa keuangan yang inovatif dan kreatif (Almilia, 2006). Anugrah (2005) menyebutkan bahwa, semakin banyak produk jasa keuangan yang ditawarkan bank maka akan memicu peningkatan fungsi TI, yang akhirnya menghasilkan pemenuhan kebutuhan nasabah dan mendapatkan predikat layanan prima (*service excellence*) kepada nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana penilaian tingkat kepentingan dan kepuasan nasabah terhadap layanan sms banking Bank Rakyat Indonesia, serta mengetahui hubungan antar faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian tersebut.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

*SMS Banking* adalah fasilitas layanan perbankan yang memudahkan nasabah untuk melakukan isi ulang pulsa, transfer hingga melakukan pembayaran kartu kredit melalui telepon selular dengan teknologi SMS. Jenis transaksi yang dapat dilakukan adalah transaksi finansial dan transaksi non finansial melalui ponsel nasabah dengan provider jaringan GSM dan CDMA ke nomor xxxx. User ID *SMS Banking* adalah nomor ponsel pribadi yang didaftarkan nasabah pada saat melakukan registrasi *SMS Banking* di ATM. *Personal Identification Number (PIN)* dibuat sendiri oleh nasabah pada saat melakukan registrasi dan aktivasi di ATM.

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut

konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Penelitian ini juga mengangkat beberapa hipotesis sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara adanya kepentingan terhadap pelatihan awal dengan kepentingan terhadap kenyamanan Layanan.
- b. Hipotesis kedua: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepentingan terhadap keinovatifan teknologi dengan kepentingan terhadap kenyamanan Layanan.
- c. Hipotesis ketiga: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepentingan terhadap kepercayaan nasabah dengan kepentingan terhadap kenyamanan layanan.
- d. Hipotesis keempat: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepentingan terhadap Penetapan Tarif dengan kepentingan terhadap kenyamanan Layanan
- e. Hipotesis kelima: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepentingan terhadap keinovatifan teknologi dengan kepentingan terhadap penetapan tarif.
- f. Hipotesis keenam: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara adanya kepuasan terhadap pelatihan awal dengan kepuasan terhadap kenyamanan Layanan.
- g. Hipotesis ketujuh: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap keinovatifan teknologi dengan kepuasan terhadap kenyamanan Layanan.
- h. Hipotesis kedelapan: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap kepercayaan nasabah dengan kepuasan terhadap kenyamanan layanan.
- i. Hipotesis kesembilan: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap Penetapan Tarif dengan kepuasan terhadap kenyamanan Layanan

- j. Hipotesis kesepuluh: Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepuasan terhadap keinovatifan teknologi dengan kepuasan terhadap penetapan tarif.

### METODELOGI PENELITIAN

Metode sampling yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling*, Besar sampel yang akan digunakan pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut

$$n = \frac{NZ^2(0,25)}{(d^2(N-1)) + (Z^2(0,25))}$$

Dimana :

n = Besarnya sampel

N = Jumlah anggota dalam populasi

d = Margin eror (tingkat kesalahan 10%)

Z = jumlah unit standar deviasi (SD). Dengan taraf kepercayaan 90%

maka nilai Z = 1,6449

**Tabel 1. Variabel Penelitian**

NO	Sub variabel	Indikator
<b>A</b>	<b>Pelatihan Awal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sosialisasi pihak bank terhadap layanan sms banking</li> <li>○ Pelatihan awal terhadap nasabah baru</li> <li>○ Kemudahan dalam proses registrasi</li> </ul>
<b>B</b>	<b>Keinovatifan Teknologi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Keragaman fitur-fitur pada sms banking</li> <li>○ Pemahaman pengkodean sms banking</li> </ul>
<b>C</b>	<b>Tarif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Keterjangkauan harga</li> </ul>
<b>D</b>	<b>Kepercayaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kecepatan tanggapan pihak bank ketika terjadi masalah dalam transaksi</li> <li>○ Kerahasaan data</li> <li>○ Tingkat kesiagaan bank dalam penanganan masalah</li> </ul>
<b>E</b>	<b>Kenyamanan layanan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking</li> <li>○ Kecepatan respon dari pihak bank terhadap informasi yang dibutuhkan</li> </ul>

### PEMBAHASAN

Untuk dapat melakukan transaksi melalui sms banking, nasabah harus memiliki persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu:

- a) Memiliki Kartu Debit/ATM BRI.
- b) Telah melakukan Registrasi di ATM BRI.
- c) Telah memiliki PIN SMS BRI sejumlah 6 digit yang diregistrasikan melalui ATM BRI.

Layanan SMS Banking BRI menggunakan nomor akses: 3300 untuk seluruh telco operator baik GSM maupun CDMA. Pengembangan fitur untuk Layanan SMS Banking BRI akan dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan perkembangan bisnis, kesiapan IT, dan tingkat risiko operasional dari setiap transaksi menggunakan Layanan SMS Banking BRI

Fitur yang tersedia dalam layanan sms banking BRI diantaranya :

- a. Info saldo
- b. Ganti PIN
- c. Transfer Antar Rek. BRI
- d. Pembayaran Tagihan KK Citibank
- e. Pembayaran Tagihan Personal Loan Citibank
- f. Pembayaran Tagihan Ready Cash Citibank
- g. Pembelian Pulsa
- h. Pembayaran KK BRI
- i. Informasi Tagihan
- j. Pembayaran Zaqat, Infaq dan Sodaqoh YBM BRI
- k. Pembayaran DPLK

#### **Analisis Tingkat Kepuasan dan Kepentingan SMS Banking BRI**

Untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap penggunaan SMS Banking dengan format pertanyaan disesuaikan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden. Dalam kuesioner yang dibagikan, responden memberi angka nilai kepentingan (*Importance*) dari setiap indikator dengan 5 nilai skala (sesuai dengan A5-point Likert Scale), yaitu :

- 1 = Tidak Penting
- 2 = Kurang Penting
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Penting
- 5 = Sangat Penting

Kemudian responden mengevaluasi kinerja (*performance*) untuk atribut yang sama pada 5 nilai skala yang lain, yaitu:

- 1 = Tidak Puas
- 2 = Kurang Puas
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Puas
- 5 = Sangat Puas

Variabel yang digunakan pada analisis IPA adalah X sebagai Variabel *Performance* yaitu tingkat kepuasan nasabah terhadap SMS Banking yang digunakan, sedangkan Y adalah Variabel *Importance* yaitu tingkat kepentingan nasabah terhadap SMS Banking.

**Tabel 2 Tingkat Kepuasan Nasabah SMS Banking BRI**

N O	VARIABEL	SP	P	R	KP	TP	Nilai Indeks Kinerja
<b>Keberadaan Layanan</b>							
1.	Sosialisasi pihak bank terhadap layanan sms banking	4	21	6	32	4	2,835821
2.	Pelatihan awal terhadap nasabah baru	0	15	8	28	16	2,328358
3.	Kemudahan dalam proses registrasi	18	25	11	10	3	3,671642
<b>Kenyamanan layanan</b>							
4.	Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking	22	36	9	0	0	4,19403
5.	Kecepatan respon dari pihak bank terhadap informasi yang dibutuhkan	16	26	5	17	3	3,522388
<b>Kondisi layanan</b>							
6.	Keragaman fitur-fitur pada sms banking	5	33	8	18	3	3,283582
7.	Pemahaman pengkodean sms banking	9	38	11	7	2	3,671642
8.	Tingkat kesiagaan bank dalam penanganan masalah	6	29	18	9	5	3,328358
<b>Tarif</b>							
9.	Keterjangkauan harga	5	21	15	22	4	3,014925
<b>Keamanan dan privacy</b>							
10.	Kecepatan tanggapan pihak bank ketika terjadi masalah dalam transaksi	0	29	16	19	3	3,059701
11.	Kerahasaaian data	4	24	28	9	1	3,268657

Berdasarkan tabel 2 terdapat beberapa variabel yang memiliki nilai indeks paling besar, yang artinya responden menilai pelayanan tersebut baik, seperti:

- Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking
- Kemudahan dalam proses registrasi

- Pemahaman pengkodean sms banking

Sedangkan variabel yang memiliki nilai relatif rendah atau variabel yang menurut penelitian responden kurang baik kualitas pelayanan adalah: “Pelatihan awal terhadap nasabah baru (2,32).

**Tabel 3 Tingkat kepentingan nasabah SMS Banking BRI**

N O	VARIABEL	SP	P	R	KP	TP	Nilai Indeks Kinerja
<b>Keberadaan Layanan</b>							
1.	Sosialisasi pihak bank terhadap layanan sms banking	15	41	3	7	1	3,925373
2.	Pelatihan awal terhadap nasabah baru	12	18	4	24	9	3
3.	Kemudahan dalam proses registrasi	25	36	6	0	0	4,283582
<b>Kenyamanan layanan</b>							
4.	Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking	33	32	2	0	0	4,462687
5.	Kecepatan respon dari pihak bank terhadap informasi yang dibutuhkan	36	27	3	0a	1	4,447761
<b>Kondisi layanan</b>							
6.	Keragaman fitur-fitur pada sms banking	25	34	0	5	3	4,089552
7.	Pemahaman pengkodean sms banking	21	28	6	11	1	3,850746
8.	Tingkat kesiagaan bank dalam penanganan masalah	34	26	4	1	2	4,328358
<b>Tarif</b>							
9.	Keterjangkauan harga	24	36	4	2	1	4,19403
<b>Keamanan dan privacy</b>							
10.	Kecepatan tanggapan pihak bank ketika terjadi masalah dalam transaksi	29	31	6	0	1	4,298507
11.	Kerahasiaan data	38	26	3	0	0	4,522388

Berdasarkan tabel diatas, terdapat beberapa variabel penentu yang memiliki nilai indeks paling besar, yang artinya responden benar-benar menilai pelayanan tersebut penting, seperti:

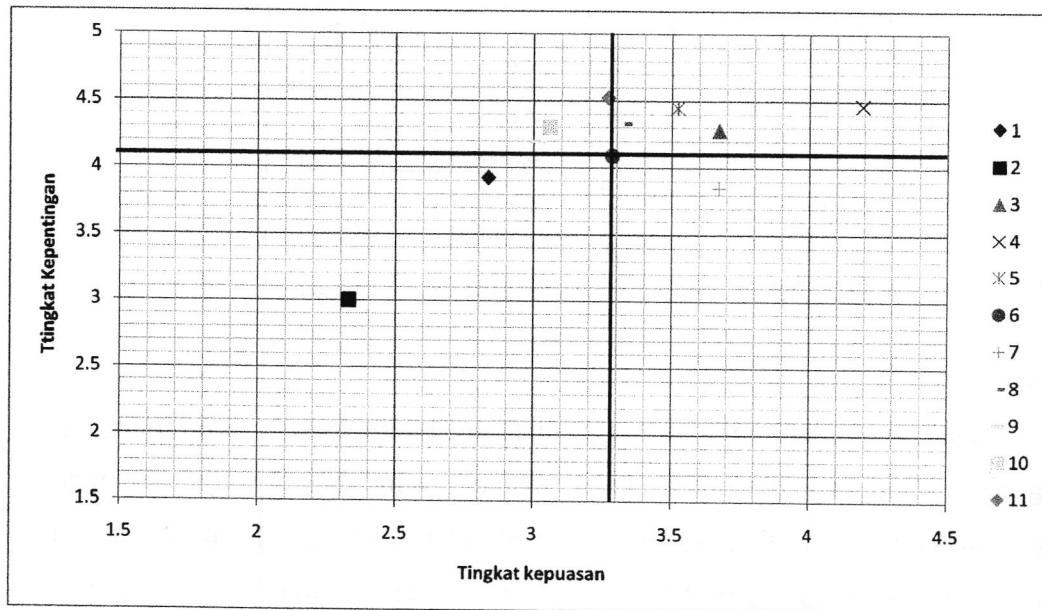
- Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking
- Kemudahan dalam proses registrasi
- Pemahaman pengkodean sms banking

Hasil perhitungan pada Tabel 2 dan 3 menunjukkan bahwa, nilai rata-rata tingkat persepsi nasabah terhadap beberapa item yang terdapat di dalam SMS Banking berkisar antara 2,3283 sampai dengan 4,194. Sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah berkisar antara 3 sampai dengan 4,522.

**Tabel 4 Penilaian Tingkat Kesesuaian Persepsi Nasabah SMS Banking**

Variablel	X	Y	Penilaian Kesesuaian
1	2,835821	3,925373	72,24 %
2	2,328358	3	77,61 %
3	3,671642	4,283582	85,71 %
4	4,19403	4,462687	93,98 %
5	3,522388	4,447761	79,19 %
6	3,283582	4,089552	80,29 %
7	3,671642	3,850746	95,35 %
8	3,328358	4,328358	76,89 %
9	3,014925	4,19403	71,88 %
10	3,059701	4,298507	71,18 %
11	3,268657	4,522388	72,28%
Rata- rata	3,289009	4,127544	

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai batas objektif persepsi nasabah terhadap variabel variabel yang terdapat pada SMS banking, yaitu 3,289. Sehingga variabel-variabel yang nilai tingkat kepuasannya kurang dari 3,289 merupakan variabel variabel yang dirasakan oleh nasabah sebagai variabel yang kurang dalam pelayanannya. Sebaliknya variabel-variabel yang lebih dari 3,289 merupakan variabel-variabel yang dirasakan oleh nasabah belum memberikan pengaruh yang besar dalam membantu aktivitas perbankan.



Gambar 1 Matriks Importance Performance Analysis

Dari gambar dapat dilihat bahwa *performance* SMS Banking BRI masih memiliki kekurangan, karena pihak bank masih belum memberikan sosialisasi mendalam mengenai layanan SMS Banking, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap fasilitas ini masih kurang. Tanggapan dari pihak bank terhadap penyelesaian masalah masih dirasakan lambat oleh pihak nasabah, hal ini perlu menambat perhatian dari pihak bank karena menyangkut kepercayaan nasabah terhadap Bank BRI.

Dari gambar 2 diketahui butir mana saja yang sebaiknya akan dilakukan perbaikan dan peningkatan berdasarkan gambar diagram kartesius di atas. Untuk itu dapat dilihat tabel 5 di bawah ini:

**Tabel 5 Hasil Analisis Dari Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja/Pelaksanaan**

Variablel	X	Y	Kuadran
1	2,835821	3,925373	III
2	2,328358	3	III
3	3,671642	4,283582	I
4	4,19403	4,462687	I
5	3,522388	4,447761	I
6	3,343284	4,089552	III

Variablel	X	Y	Kuadran
7	3,671642	3,850746	II
8	3,328358	4,328358	I
9	3,014925	4,19403	IV
10	3,059701	4,298507	IV
11	3,268657	4,522388	IV
Rata- rata	3,294437	4,127544	

### Kuadran I

Kuadran ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variable ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

Variabel-variabel yang tergolong kuadran ini adalah variabel 3, 4, 5, 8 yaitu:

- a) Kemudahan dalam proses registrasi (85,71 %)
- b) Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking (93,98 %)
- c) Kecepatan respon dari pihak bank terhadap informasi yang dibutuhkan (79,19 %)
- d) Tingkat kesiagaan bank dalam penanganan masalah (76,89 %)

Kuadran 2: kuadran ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variable-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Variabel yang tergolong kuadran ini adalah variabel 7, yaitu

- a) Pemahaman pengkodean sms banking (95,35 %)

Kuadran 3: kuadran ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

Variabel yang tergolong kuadran ini adalah variabel 1 dan 2, yaitu

- a) Sosialisasi pihak bank terhadap layanan *sms banking* (72,24 %)
- b) Pelatihan awal terhadap nasabah baru (77,61 %)
- c) Keragaman fitur-fitur pada *sms banking* (80,29 %)

Kuadran 4, kuadran ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

Variabel yang tergolong dalam kuadran ini yaitu variabel 9, 10,11 yaitu:

- a) Keterjangkauan harga (71,88 %)
- b) Kecepatan tanggapan pihak bank ketika terjadi masalah dalam transaksi (71,18 %)
- c) Kerahasaan data (72,28%)

**Tabel 6 Analisis Impotance Performance Analysis**

Kuadran	Variabel	Analisis
I	Kemudahan dalam proses registrasi	Proses registrasi bermanfaat untuk memastikan bahwa pengguna layanan sms banking merupakan nasabah pemilik buku rekening, proses registrasi pun tidak sulit, cukup mendatangi ATM BRI terdekat.
	Kemudahan dalam menggunakan layanan sms banking	Dengan adanya layanan sms banking dengan cara menginstal software berbasis Java, nasabah lebih dipermudah dalam melakukan transaksi tanpa harus mengetikkan kode-kode seperti yang terdapat pada format plaintext.
	Kecepatan respon dari pihak bank terhadap informasi yang dibutuhkan	Kecepatan respon terhadap informasi yang dibutuhkan, dalam hal ini adalah informasi transaksi perbankan yang dibutuhkan, perlu dipertahankan.
II	Pemahaman pengkodean sms banking	Sistem sms banking dengan format plain text semakin lama akan semakin ditinggalkan oleh nasabah, selaras dengan semakin berkembangnya teknologi ponsel di Indonesia, sehingga nasabah akan berpindah pada sistem software berbasis java yang lebih mudah digunakan untuk bertransaksi perbankan.
III	Sosialisasi pihak bank terhadap layanan sms banking	Frekuensi pemakaian yang intensitas nya tidak begitu sering yakni hanya lima sampai sepuluh kali dalam sebulan menunjukkan kenyataan bahwa layanan ini belum seratus persen dimanfaatkan sebagai layanan yang mampu memudahkan kehidupan para nasabah perbankan dalam dunia perbankan.
	Pelatihan awal terhadap nasabah baru	Pelatihan awal bagi nasabah pengguna sms banking yang baru dirasa kurang cukup penting sehingga pengadaannya dapat ditunda terlebih dahulu, untuk penghematan biaya pengeluaran oleh pihak bank
	Keragaman fitur-fitur pada sms banking	Fitur yang ada saat ini sudah cukup memadai, sehingga penambahan fitur-fitur lain perlu dipertimbangkan kembali, pengembangan lebih diarahkan pada kecepatan proses dan penekanan tarif
IV	Keterjangkauan harga	Tarif yang dikenakan pihak Bank untuk layanan SMS Banking belum sesuai dengan harapan nasabah, karena walaupun patut mendapat garis bawah bahwa pembebasan biaya atas layanan ini akan

Kuadran	Variabel	Analisis
		lebih diharapkan oleh nasabah perbankan.
	Kecepatan tanggapan pihak bank ketika terjadi masalah dalam transaksi	Pelayanan terhadap <i>troubleshooting</i> perlu ditingkatkan, karena layanan sms banking berkaitan erat dengan kebutuhan nasabah akan layanan yang memudahkan bertransaksi dimanapun dan kapanpun.
	Kerahasaan data	Layanan SMS Banking merupakan layanan yang aman untuk digunakan. Fakta ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Amin, Hanudin, et el (2005).

Dari tabel 6 dapat diketahui bahwa terdapat faktor-faktor dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diinginkan, dengan peningkatan variabel-variabel dalam kuadran IV ini diharapkan nantinya meningkatkan performance layanan *sms banking* BRI

**Tabel 7. Hasil Pembuktian Hipotesis**

Hipotesa	Nilai kekuatan korelasi	Nilai p	Arah korelasi	Hasil pembuktian (taraf kepercayaan 95%)	Signifikansi hubungan
Hipotesis pertama	0,673	0,00	+ (positif)	Hipotesis diterima	Kuat
Hipotesis kedua	0,446	0,00	+ (positif)	Hipotesis diterima	Sedang
Hipotesis ketiga	0,301	0,013	+ (positif)	Hipotesis diterima	Sedang
Hipotesis keempat	0,580	0,00	+ (positif)	Hipotesis diterima	Sedang
Hipotesis kelima	0,454	0,00	+ (positif)	Hipotesis diterima	Sedang
Hipotesis keenam	0,405	0,001	+ (positif)	Hipotesis diterima	Sedang
Hipotesis ketujuh	0,561	0,00	+ (positif)	Hipotesis diterima	Sedang
Hipotesis kedelapan	0,219	0,075	+ (positif)	Hipotesis ditolak	Lemah
Hipotesis kesembilan	0,352	0,04	+ (positif)	Hipotesis diterima	Lemah
Hipotesis kesepuluh	0,183	0,139	+ (positif)	Hipotesis ditolak	Sangat lemah

Dari Tabel 7 diketahui bahwa hanya hipotesis kedelapan dan hipotesis kesepuluh yang ditolak, sedangkan hipotesis lainnya diterima. Dengan signifikansi hubungan yang bervariasi. Tetapi didominasi oleh hubungan yang sedang dan cenderung lemah.