

**PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI DAN KEMATANGAN DIRI
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BISNIS ONLINE PADA
MAHASISWA UIN MALIKI MALANG DI ERA INDUSTRI 4.0**

SKRIPSI

Oleh

**Ahmad Hari Irfansyah
NIM. 15410126**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2020**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI DAN KEMATANGAN DIRI
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BISNIS ONLINE PADA
MAHASISWA UIN MALIKI MALANG DI ERA INDUSTRI 4.0”**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:
Ahmad Hari Irfansyah
NIM. 15410126

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2020

II

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI DAN KEMATANGAN DIRI
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BISNIS ONLINE PADA
MAHASISWA UIN MALIKI MALANG DI ERA INDUSTRI 4.0”SKRIPSI**

SKRIPSI

Oleh:

**Ahmad Hari Irfanyah
NIM. 15410126**

Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing



**Rika Fuaturosida, S.Psi, MA
NIP. 1983042920160801038**

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 1994032 001

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KEPERCAYAAN DIRI DAN KEMATANGAN DIRI
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BISNIS ONLINE PADA
MAHASISWA UIN MALIKI MALANG DI ERA INDUSTRI 4.0”

SKRIPSI

Oleh:
Ahmad Hari Irfanyah
NIM. 15410126

Telah dipertahankan didepan penguji dan dinyatakan diterima sebagai
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana psikologi (S.Psi)
Pada tanggal,

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Rika Fuaturoshida, S.Psi, MA
NIP. 19830429201608012038

Anggota Penguji Lain

Penguji Utama



Dr. Zainul Arifin Yusuf, M.Pd.
NIP. 19560712198103100

Ketua Penguji



Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si
NIP. 197605122003121002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, 5 Maret 2020

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP. 19671029 1994032 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Hari Irfansyah

NIM : 15410126

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ Pengaruh kepercayaan diri dan kematangan diri terhadap kualitas pelayanan bisnis online pada mahasiswa uin maliki malang di era industri 4.0” adalah hasil tulisan saya sendiri baik sebagian atau keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika kemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

emikian Surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar bersedia mendapatkan sanksi akademis.

Malang, 29 Juni 2020
Peneliti



Ahmad Hari Irfansyah
NIM 15410126

MOTTO

“SANTAI, SERIUS, KERJAKAN, DAN SELESAIKAN”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

Kedua orang tua saya tercinta Bapak Suhariyoto dan Ibu Sri Yuliati serta untuk kakek nenek saya Bapak Suwandi dan Ibu Sukarmi yang telah membesarkan saya dan memberikan motivasi dari mulai saya lahir sampai sekarang serta dukungan finansial dan kasih sayang. Serta penyemangat hidup saya diantara sahabat-sahabat yang selalu ada baik suka maupun duka dan yang selalu mengingatkan saya tentang kerja keras dan kesuksesan. Tak lupa untuk adik saya Khoirul Mustofa Ardani. Dosen pembimbing skripsi yang sangat saya hormati, Ibu Rika Fuaturosida, S.Psi, MA. Seluruh orang yang telah membantu saya dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur *alhamdulillah* senantiasa penulis ucapkan senantiaa penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini. Sholawat serta salam snantiasa penulis haturkan kehadiran Nabi Muhamad S A W, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya kelak nanti di hari akhir.

Karya ini tidak akan pernah ada tanpa ada bantuan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan rasa terimakasih seinggi-tingginya kepada

1. Prof. Dr. Hj. Abdul Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Malana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Rika Fuaturosida, S.Psi, MA, selaku dosen pembimbing saya sangat berjasa dalam pengerjaan skripsi sehingga dapat selesai hingga akhir ini.
4. Dr. Yulia Sholichatun, M.Si, selaku dosen penasehat bidang akademik selama saya berada di Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Kedua orang tua saya, Suhariyoto dan Sri Yuliati yang telah memotivasi, menafkahi, dan kasih sayang selama hidup saya dan sampai sekarang ini.
6. Adik saya, Khoirul Mustofa Ardani yang menjadi teman dalam keluarga kecil saya
7. Teman-teman yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan, Andika, Atras, Fairus, Elly dan Dhivio

8. Teman-teman Dandelion,seluruh anggota angkatan Psikologi 2015 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Serta tak lupa kami ucapkan kepada para responden yang telah membantu dan kerja samanya dalam penyusunan penelitian skripsi ini
10. Teman-teman organisasi saya Ikamahalita. Terimakasih atas proses interal dan eksternal yang mengajarkan tentang dinamika sosial.
11. Teman-teman saya di kampus, seluruh arga mhasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
12. Semua pihak yang ikut membantu menyelesaikan skripsi ini

Malang, 29 Juni 2020
Penulis



Ahmad Hari Irfanyah
NIM 15410126

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvii
ABSTRRAK (ARAB)	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan	12
D. Manfaat	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Kepercayaan Diri	15
1. Definisi Kepercayaan Diri.....	15
2. Aspek Kepercayaan Diri	18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Asertif.....	19
B. Self-Maturity.....	20
1. Definisi Self-Maturity	20
2. Aspek Perkembangan Self Maturity	21
3. Faktor Self-Maturity.....	22
C. Kualitas Pelayanan.....	24
1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	24
2. Aspek Kualitas Pelayanan	24
3. Faktor Kualitas Pelayanan	27
D. Pengaruh kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan bisnis online.....	29
E. Tela'ah teks al Qur'an.....	31
BAB III DESAIN PENELITIAN	39
A. Rancangan Penelitian.....	39
B. Identifikasi Variabel Penelitian	39
1. Variabel Dependent.....	39
2. Variabel Independent	40
C. Definisi Operasional	41

D. Populasi, Sampel dan Teknik sampling	43
E. Metode Pengumpulan Data.....	44
F. Validitas dan Reabilitas.. ..	46
G. Metode Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Penelitian.....	63
1. Gambaran Umum Lokasi Subyek Penelitian	63
B. Hasil Penelitian.....	64
C. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Linkert.....	45
Tabel 3.2 Rumus Kategorisasi.....	50
Tabel 3.3 Blueprint Skala Komunikasi Kepercayaan Diri.....	54
Tabel 3.4 Blueprint Skala Self-Maturity.....	55
Tabel 3.5 Blueprint Skala Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala Kepercayaan Diri.....	59
Tabel 3.7 hasil Uji Validitas Skala Self-Maturity.....	60
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Skala Kualitas Kepercayaan.....	60
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Asertif.....	60
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas.....	62
Tabel 4.1 Skor Hipotetik dan Empirik.....	64
Tabel 4.2 Kategorisasi Data.....	65
Tabel 4.3 Kategorisasi Tingkat Kepercayaan Diri.....	65
Tabel 4.4 Kategorisasi Tingkat Self-maturity.....	66
Tabel 4.5 Kategorisasi Tingkat Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas.....	70
Tabel 4.8 Uji Hipotesis.....	70
Tabel 4.9 Presentase Penagruh kepeccayan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan konsumen.....	71
Tabel 4.10 Pengaruh kepercayaan diri self maturity terhadap kualitas pelayanan konsumen.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Hubungan Antar Variabel	40
Gambar 4.1 Diagram Tingkat Kepercayaan Diri	66
Gambar 4.2 Diagram Self-Maturity	67
Gambar 4.3 Diagram Tingkat Kualitas Pelayanan	68
Gambar 4.4 Grafik uji normalitas kualitas pelayanan	69



DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Skala Kepercayaan Diri

Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Skala Self Maturity

Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Skala kualitas Pelayanan Konsumen

Hasil Uji Deskripsi Skala Kepercayaan Diri

Hasil Uji Deskripsi Skala Self Maturity

Hasil Uji Deskripsi Skala Kualitas Pelayanan Konsumen

Hasil Uji Asusmsi Variabel Penelitian

Hasil Uji Regresi Skala Kepercayaan Diri, Self-maturity dan Kualitas Pelayanan

Keseluruhan Aitem variable Kepercayaan Diri

Keseluruhan Aitem variable Self-maturity

Keseluruhan Aitem variable Kualitas Playanan Konsumen

Deskripsi variable subyek penelitian



ABSTRAK

Irfansyah, Ahmad Hari.2020. Pengaruh Kepercayaan Diri dan Self-Maturity terhadap Kualitas Pelayanan konsumen *bisnis online pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang di era industri 4.0*

Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing: Rika Fuaturosida, S.Psi, MA

Kata Kunci : Kepercayaan Diri, Self-maturity, Kualitas pelayanan, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Bisnis online adalah kegiatan bisnis yang dilakukan di dunia maya dengan bantuan internet. Menjalankan bisnis online memerlukan media online sebagai wahana berbisnis. Bisnis online adalah bisnis potensial yang dapat diaplikasikan pada setiap usaha. Pada bisnis online di perlukan strategi dagang sendiri oleh para pelaku usaha guna untuk menarik konsumen dan pelayanan yang memuaskan. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjalani usaha bisnis online.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui intensitas, kepercayaan diri, self-maturity, terhadap kualitas pelayanan konsumen bisnis online pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang di era industri 4.0. penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan subyek mahasiswa atau mahasiswi yang aktif menempuh pendidikan dan mempunyai usaha utamanya pada bidang online di Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang dengan batasan umur 17-22 tahun. Penelitian ini menggunakan tiga skala. Kepercayaan diri, Self-maturity dan Kualitas pelayanan. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kepercayaan dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas kepercayaan diri ada pada tingkat kategori sedang yang memiliki presentase sebesar 67%, self-maturity ada pada tingkat kategori sedang yang memiliki presentase sebesar 76% dan kualitas pelayanan pada kategori sedang yang memiliki presentase sebesar 72%. Hasil dari uji hipotesis memperlihatkan adanya pengaruh pada kepercayaan diri dan kedewasaan terhadap kualitas pelayanan dengan presentase 55%. Dalam kata lain kepercayaan diri berpengaruh pada kualitas pelayanan dengan presentase 19,01% dan tingkat kedewasaan mempengaruhi tingkat pelayanan dengan presentase 35,99% terhadap kualitas pelayanan.

ABSTRACT

Irfansyah, Ahmad Hari.2020. The Influence of Self-Confidence and Self-Maturity on the Quality of Online Business Consumer Services for State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang Students in the Industrial Era 4.0

Essay. Faculty of Psychology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang.

Nursing Lecturer: Rika Fuaturosida, S.Psi, MA

Keywords: Confidence, Self-maturity, service quality, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Online business is a business activity carried out in cyberspace with the help of the internet. Running an online business requires online media as a vehicle for doing business. Online business is a potential business that can be applied to every business. In online business, it is necessary to have their own trading strategies by business actors in order to attract consumers and satisfy services. The subjects of this study were students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang who underwent an online business venture.

This study aims to determine the intensity, self-confidence, self-maturity of the quality of online business consumer services for students of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang in the industrial era 4.0. This study uses a purposive sampling method with the subject of students who are actively studying and having their main business in the online field at the Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang with a age limit of 17-22 years. This research uses three scales. Self-confidence, Self-maturity and Quality of service. The analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. This study shows the influence of trust and self-maturity on service quality.

The results of this study indicate that the intensity of self-confidence is at the level of the moderate category which has a percentage of 67%, self-maturity is at the level of the moderate category which has a percentage of 76% and the quality of service in the medium category which has a percentage of 72%. The results of the hypothesis test show the results of the amount of influence on self-confidence and self-maturity on service quality by 55%. In other words self-confidence gives results of 19.01% and self-maturity gives results of 35.99% of the quality of service

عرفانية ، أحمد هاري. تأثير الثقة بالنفس والنضج الذاتي على جودة الخدمات الاستهلاكية للأعمال التجارية عبر الإنترنت لطلاب جامعة الدولة الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج في عصر الصناعة 4.0 أطروحة. كلية علم النفس ، جامعة مولانا مالك إبراهيم الحكومية الإسلامية في مالانج.
محاضر تمرير: قهنش بعشفعقخشوشوسزحسهوش

الكلمات المفتاحية: الثقة ، النضج الذاتي ، جودة الخدمة ، عهى مولانا مالك إبراهيم مالانج.
الأعمال التجارية عبر الإنترنت هي نشاط تجاري يتم تنفيذه في الفضاء الإلكتروني بمساعدة الإنترنت. يتطلب تشغيل الأعمال التجارية عبر الإنترنت وجود وسائط على الإنترنت كوسيلة للقيام بالأعمال التجارية التجارية عبر الإنترنت هي عمل محتمل يمكن تطبيقه على كل الأعمال. في الأعمال التجارية عبر الإنترنت ، من الضروري أن يكون هناك استراتيجيات تجارية خاصة بها من قبل الجهات الفاعلة في الأعمال من أجل جذب المستهلكين وخدمة مرضية. كان موضوع هذه الدراسة طلاب جامعة الدولة الإسلامية في مولانا مالك إبراهيم مالانج الذين خضعوا لمشروع تجاري عبر الإنترنت.
تهدف هذه الدراسة إلى تحديد شدة وثقة بالنفس والنضج الذاتي لجودة خدمات مستهلكي الأعمال التجارية عبر الإنترنت لطلاب جامعة الدولة الإسلامية في مولانا مالك إبراهيم مالانج في العصر الصناعي 4.0. تستخدم هذه الدراسة طريقة أخذ عينات هادفة مع موضوع الطلاب الذين يدرسون بنشاط ويكون لهم عملهم الرئيسي في مجال الإنترنت في الجامعة الإسلامية في مولانا مالك إبراهيم مالانج بحد أقصى يتراوح بين 17-22 عامًا. يستخدم هذا البحث ثلاثة مقاييس. الثقة بالنفس والنضج الذاتي وجودة الخدمة. التحليل المستخدم هو التحليل الوصفي وتحليل الانحدار الخطي المتعدد. توضح هذه الدراسة تأثير الثقة والنضج الذاتي على جودة الخدمة.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن شدة الثقة بالنفس على مستوى الفئة المعتدلة التي تبلغ نسبتها 67 % ، والنضج الذاتي هو على مستوى الفئة المعتدلة التي لديها نسبة 76 % ونوعية الخدمة في الفئة المتوسطة التي لديها نسبة 72 % . تُظهر نتائج اختبار الفرضيات نتائج مقدار التأثير على الثقة بالنضج والنضج الذاتي على جودة الخدمة بنسبة 55%. بمعنى آخر ، تعطي الثقة بالنفس نتائج قدرها 19.01% والنضج الذاتي يعطي نتائج بنسبة 35.99% من جودة الخدمة.



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Segala aspek mengalami perubahan begitu sangat cepat pada era globalisasi hal ini ditandai dengan munculnya teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Era globalisasi ini ditandai dengan adanya perkembangan internet dan berbagai macam sosial media yang di tawarkan di dalamnya yang bisa membantu kegiatan akses informasi dan eksistensi diri. Kemajuan peradaban pada saat ini juga membawa dampak pada perilaku manusia itu sendiri di mana dulu dalam pencarian informasi masih menggunakan media elektronik dan media cetak seperti halnya televisi, radio, dan surat kabar. Kini manusia memanfaatkan kecanggihan teknologi media online dalam pencarian data sehingga dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Setiap aktivitas manusia di dunia sekarang tak lepas dari namanya media sosial seperti twitter, instagram, dan facebook dan lain sebagainya tanpa ada lagi batas-batas ruang, biaya, waktu, usia, suku, budaya maupun agama yang kadang menjadi hal penghambat di dalam berkomunikasi (dalam Wawan, 2017)

Fenomena penggunaan internet dan akses media sosial melalui perangkat elektronik yang dimilikinya menjadi sebuah gaya hidup baru bagi masyarakat modern pada saat ini hal ini bisa dilihat dari perilaku akses informasi pada generasi manusia di seluruh dunia, termasuk juga pada generasi manusia di Indonesia ini sendiri dalam upaya pencarian berbagai kebutuhan informasi yang dia butuhkan.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini juga membawa dampak khusus terhadap mahasiswa (generasi milenial) seperti halnya perilaku setiap masing-masing individu. Karena generasi di era sekarang lebih banyak

menghabiskan waktunya hanya di media sosial daripada bersosialasi dengan kehidupan sekitar, mereka seolah mendapatkan sebuah kepuasan di dalam dirinya karena bisa mendapatkan apa yang dia butuhkan karena era modern seperti saat sekarang ini segala macam kebutuhan bisa di dapatkan dari media sosial yang mereka miliki. Kalangan remaja ini biasa memanfaatkan media sosial dengan memosting kegiatan pribadinya, curhatan, serta foto-foto bersama teman, di dalam media sosial siapapun orang bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa harus ada rasa khawatir.

Karena peneliti tahu bawasanya era industri 4.0 adalah era industri kreatif yang di mana semua berbasis pada internet hal ini pula juga banyak dimanfaatkan oleh para kalangan remaja pada kesehariannya tidak bisa terlepas dari gadget dan media sosial yang dimilikinya dengan intensitas yang sangat sering itu maka jumlah teman yang ada di media sosial mereka masing-masing lebih besar di banding dengan teman yang dimilikinya di kehidupan nyata karena di dalam berteman di sosial media tidak adanya batasan bahasa, ruang, waktu dan jarak yang bisa menjadikan penghalang.

Maka banyak orang terutamanya golongan remaja ini memanfaatkan untuk ajang mendapatkan pemasukan dengan cara berdagang secara online dan membuat konten hiburan yang bisa di jual seperti halnya menjadi media iklan suatu produk dengan banyak teman atau pengikut di media sosial tersebut maka hasil yang didapatkan sangat cukup besar. Dan hal ini pula menginspirasi remaja-remaja lain ingin menggeluti usaha yang dimana dengan memanfaatkan media sosial yang mereka miliki. jadi secara tidak langsung perkembangan media sosial di era

sekarang ini tidak membawa dampak negative saja akan tetapi juga membawa dampak positif. (Lasmadiarta, 2011)

Berdasarkan hal di atas menunjukkan banyaknya kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tak ingin ketinggalan dalam memanfaatkan peluang usaha dimana media sosial ini sebagai sarana utama untuk memamerkan dan memasarkan produk mereka. Dengan adanya kebiasaan dari masyarakat pada saat ini yang lebih suka melakukan belanja online daripada belanja secara langsung di toko. Selain memiliki jiwa berwiraswasta yang sangat tinggi bahwasanya intensitas penggunaan teknologi di kalangan mahasiswa juga sangat tinggi terutama penggunaan smartphone dimana di dalamnya kita bisa mengakses segala informasi dan berbagai macam hiburan yang ada dari dalam media sosial akan tetapi media sosial tersebut pada era sekarang ini tidak hanya dimanfaatkan hanya untuk sarana hiburan dan berkomunikasi dengan teman jarak jauh, banyak juga orang yang membaca peluang bisnis dengan adanya kemudahan teknologi khususnya dengan pemanfaatan media sosial ini sendiri karena adanya kemudahan yang diberikan dari media sosial ini. Bagi mereka pelaku usaha sangat dimudahkan sekali pertama masalah dalam mempromosikan produk yang akan mereka tawarkan karena tidak harus perlu lagi menyewa media iklan untuk mempromosikan barang dagangannya tersebut apabila di media sosialnya sudah memiliki banyak jaringan pertemanan dan bagi mereka para pelaku bisnis yang memanfaatkan media sosial juga tidak perlu dipusingkan dengan masalah tempat untuk memajang barang dagangan cukup dengan memosting barang yang akan dipasarkan di dalam media sosial mereka masing-masing maka secara otomatis produk tersebut sudah dapat diketahui banyak

orang. Pemasaran dengan menggunakan sosial media memiliki 3 keuntungan menurut (Lesmana, 2012)

1. Media sosial menyediakan jendela bagi pemasar yang tidak hanya berguna memasarkan produk dan jasa, tetapi berguna untuk mendengarkan keluhan dari konsumen
2. Media sosial sangat mudah bagi pemasar untuk mengidentifikasi konsumen Berada di kelompok yang dapat mempengaruhi pandangan mereka mengenai suatu brand, serta
3. Media sosial dijalankan tanpa biaya.

Peneliti cenderung memilih mahasiswa karena kita tahu banyak ide-ide kreatif dan jiwa wiraswasta pada mahasiswa sangatlah banyak akan tetapi mereka ini disulitkan di dalam hal permodalan yang besar apabila harus berdagang atau memasarkan produk mereka dengan cara biasa yang harus menyewa tempat atau menggaji karyawan dan biaya operasional lainnya, oleh maka itu dengan adanya perkembangan teknologi internet pada saat ini dan utamanya di sektor media sosial maka kalangan mahasiswa yang memiliki keinginan bisnis dan berdagang online dalam hal pemasaran barang dagangan ini sangat dimudahkan di dalam memajang dan mengenalkan barang yang di pasarkan kepada masyarakat luas terutama para pengguna para media sosial itu sendiri.

Kepercayaan diri disini sangat memiliki andil besar karena peneliti tahu di dalam menjalankan bisnis online upaya mempromosikan barang kepada setiap konsumen bukan merupakan hal yang mudah karena meyakinkan konsumen agar percaya terhadap barang kita memerlukan waktu dan kesabaran yang tinggi kita tahu melakukan transaksi online ini bisa dikatakan mudah-mudah gampang

karena transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui media sosial komunikasi tanpa harus bertemu bertatap muka. Jadi peran kepercayaan diri pedagang online di dalam mempromosikan dan menyakinkan para pelanggan terhadap barang yang akan diperdagangkan sangat memengaruhi keputusan konsumen jadi tidaknya membeli barang yang kita karena apabila para pelaku bisnis online ini tidak rajin-rajin untuk mempromosikan barang atau produk yang diperdagangkan maka dijamin tidak akan bisa berkembang usahanya dan tidak hanya cukup dengan sekali mempromosikan barang dan barang tersebut dapat langsung diterima konsumen di dalam masalah ini kepercayaan diri para pelaku usaha online sangat dibutuhkan seperti memiliki *public speaking* dalam hal komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada *public* terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan suatu produk di pasar. Konsep yang secara umum digunakan untuk menyampaikan pesan, sering disebut dengan bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, promosi pribadi, humas dan publisitas, dan penjualan langsung (Tito, 2013).

Kedewasaan diri (*self-maturity*) sebelumnya untuk kedewasaan diri seseorang tidak bisa ditentukan dari tingkatan umur seseorang melainkan tingkat kedewasaan seseorang dibentuk dari banyak faktor seperti halnya latar belakang pendidikan, lingkungan dan orang-orang sekitarnya kemampuan dan kemauan untuk selalu berproses (Jamaludin, 2018), jadi peran kedewasaan diri ini sendiri sangat besar pengaruh bagi para pelaku usaha yang utamanya menggunakan pemanfaatan media online sebagai tempat pemasaran produk dagangan mereka karena peneliti tau sendiri orang yang menggunakan sosial media ini terdiri dari berbagai macam lapisan kalangan masyarakat dan respon masing-masing orang

tidak akan selalu sama apabila mendapati sesuatu hal yang baru misal pelaku usaha tersebut baru pertama kali mengenalkan prodak dagangan melalui media sosial respon orang orang yang melihat barang tentu tidak akan sama ada yang memberikan komentar baik dan tertarik untuk membeli dan menggunakan prodak tersebut dan ada pula tanggapan yang kurang baik karena kita tahu jual beli dengan memanfaatkan media online ini ini juga memiliki banyak kekurangan diantaranya para pelaku usaha dengan konsumen tidak dapat bertemu langsung dan prodak barang yang diperjual belikan hanya dapat dilihat melalui unggahan dari penjual saja sehingga tak jarang para konsumen selalu banyak bertanya mengenai barang tersebut guna lebih yakin akan keaslian barang yang akan dibelinya, terkadang dari sekian banyak pertanyaan dari konsumen tersebut tidak semuanya baik ada pula sebagian tanggapan dari mereka cenderung menjelekan atau merendahkan barang tersebut. (Safko L. , 2009) menyatakan bahwa sosial media merupakan alat paling efektif untuk (salah satunya) customer service serta kegunaanya yang paling nyata pada bidang marketing, sales, *public relations*, dan *communications*. Hal tersebut mempertegas bahwa sangat diperlukanya komunikasi dua arah antara pelanggan atau konsumen dengan perusahaan. Dengan demikian sosial media dapat digunakan sebagai ujung tombak yang bertindak sebagai customer service dalam menangani keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan dan calon pelanggan secara tidak langsung hal ini dapat membuat semangat bagi para pelaku usaha online menurun terlebih lagi bagi mereka yang masih pemula di dalam bidang ini maka tingkat kedewasaan seseorang di sini sangat berperan karena seseorang dihadapkan dengan berbagai karakter calon pelanggan dan para pelaku usaha online tetap harus dituntut memeberikan pelayanan yang terbaik dan

harus bisa setiap waktu siap memberikan pelayanan ke calon konsumen karena kita tau di dalam bisnis online tidak ada batasan waktu buka atau tutup dan akan selalu aktif 24 jam selain siap mental dalam menjalankan bisnis online ini harus juga siap fisik yang sehat meski tidak semua orang yang bertanya tersebut akan membeli barang setidaknya pelayanan tidak dibedakan dengan konsumen yang membeli barang yang di perjual belikan.

Kualitas pelayanan suatu pelaku usaha terhadap konsumen, disini konsumen merupakan prioritas terpenting di dalam sebuah keberlangsungan usaha sebuah bisnis. Suatu bisnis tidak akan bisa berjalan tanpa adanya konsumen, akan tetapi terkadang banyak perlakuan pelaku usaha terhadap konsumen yang kadang tanpa disadari merugikan konsumen sehingga memberikan efek jera pada konsumen itu sendiri. Di dalam sebuah bisnis tentunya banyak hal-hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha atau produsen itu sendiri di dalam memperlakukan konsumen. Di sini ada hak dan kewajiban konsumen serta ada hak dan kewajiban pelaku usaha, selain itu juga asas dan perlindungan terhadap konsumen serta sanksi bagi para pelaku usaha yang melanggarnya.

Dalam sebuah bisnis terutama pada bisnis online tentunya banyak hal-hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha atau produsen dalam memperlakukan konsumen, Di sini ada hak dan kewajiban pelaku usaha, selain itu juga da perlindungan terhadap konsumen serta sanksi bagi para pelaku usaha yang melanggarnya. Perlindungan konsumen bertujuan untuk. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakai barang atau jasa, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab

dalam berusaha, dan meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin keberlangsungan sebuah usaha.

Kualitas pelayanan merupakan suatu nilai layanan yang di berikan produsen kepada konsumen, sedangkan menurut (Tjiptono 2016) bahwa kualitas pelayanan adalah usaha yang diberikan kepada pelanggan atau target yang guna dalam mengimbangi harapan konsumen.(Hamdani dan Lupiyoadi. 2016) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkatan yang dipenuhi oleh macam-macam karakter yang saling keterkaitan dalam memenuhi syarat. Kualitas ini sendiri sering disebut sebagai suatu takaran dari bentuk pelayanan dari pelaku usaha.

Adanya kualitas pelayanan yang baik terhadap kosnumen yang di berikan para pelaku usaha online ini maka akan berdampak baik pada hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen dan hal ini juga akan mempengaruhi minat konsumen untuk kembali melakukan transaksi barang yang diasarkan oleh para pelaku usaha online ini. Kualitas pelayanan ini bisa berupa seperti adanya potongan harga untuk pembelian barang, menjual barang dengan kualitas terbaik, dan yang tak kalah penting dari kualitas pelayanan ini sendiri adanya pelayanan konsultasi berkaitan dengan barang hingga sampai ke tangan para konsumen karena pada umumnya para pelaku bisnis online ini tidak sudah lepas tangan atau sudah tidak bertanggung jawab apa bila barang yang dipasarkanya sudah sampa di tangan kosnumen.

Sedangkan kualitas pelayanan pada pelaku usaha yang bergerak dibidang online ini sendiri merupakan hasil prodak dari kepercayaan diri dan self maturity karena dengan adanya rasa percaya diri yang tinggi maka aka berbeda pula dalam

memberikan pelayan ke pada para konsumen, dan tingkat self-maturity disini sangat memiliki peran penting apabila mendapati sebuah kesulitan atau halangan dalam menghadapi para pelanggan.

Kepercayaan diri dan Tingkat kedewasaan remaja terhadap pelayanan bisnis online sangat memiliki andil besar dalam membentuk perilaku dan perkembangan remaja di era industri 4.0. Kepercayaan diri dalam bahasa Inggris disebut dengan self confidence. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, percaya diri merupakan percaya pada kemampuan dan kekuatan dan penilaian diri sendiri (Depdikbud, 2008). Kepercayaan diri adalah salah satu aspek kepribadian yang pada umumnya berbentuk keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak ada pengaruhnya oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai dengan kehendak, gembira, optimis, cukup toleran, dan bertanggung jawab (Ghufron dan Risnawat, 2010)

Kepercayaan diri merupakan salah satu syarat yang esensial bagi individu untuk mengembangkan aktivitas dan kreativitas sebagai cara untuk mencapai prestasi. Akan tetapi rasa percaya diri tidak akan muncul dengan sendirinya, melainkan rasa percaya diri tumbuh dari proses interaksi yang sehat di lingkungan sosial individu dan berlangsung secara kontinu dan terus berkesinambungan. Rasa percaya diri tidak dapat muncul secara begitu saja pada diri individu akan tetapi ada proses tertentu di dalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri (Hakim. 2002). Percaya diri tercemrin juga pada penerimaan atas kegagalan dan melampui perasaan kecewa yang disebabkan dalam sekejap (Krishna. 2006). Jadi sikap percaya diri tidak hanya berorientasi pada sikap yakin pada kemampuan diri saja, dengan adanya sikap percaya diri pada individu akan melatih diri untuk tidak mudah putus asa dan memiliki jiwa besar.

(Iswidharmanjaya dan Agung 2005) mengatakan dengan kepercayaan diri yang cukup, seseorang individu akan dapat mengaktualisasikan potensi yang dimilikinya dengan penuh rasa keyakinan. Kepercayaan yang tinggi sangat berperan dalam memberikan pengaruh dan makna dalam suatu proses kehidupan seseorang, karena apabila individu memiliki kepercayaan diri yang tinggi maka akan timbul motivasi pada dirinya untuk melakukan hal-hal yang bermanfaat di dalam hidupnya. Dengan kepercayaan diri, suatu individu dapat meningkatkan kreativitas yang ada di dalam dirinya, sikap dalam mengambil keputusan, nilai-nilai moral, sikap dan pandangan, harapan dan aspirasi.

Self maturity (kematangan emosi) adalah kemampuan remaja dalam mengekspresikan sebuah emosi secara tepat dan benar dengan pengendalian diri, mempunyai kemandirian, mempunyai konsekuensi diri, serta memiliki penerimaan diri yang tinggi. Pengendalian diri adalah kemampuan dalam mempertahankan dorongan emosi, serta mampu memahami emosi diri dan untuk diarahkan kepada tindakan-tindakan positif. Kemandirian adalah kemampuan seseorang untuk tidak selalu ketergantungan terhadap orang lain. Rasa konsekuensi adalah rasa tanggung jawab remaja dengan kesadaran untuk menjalankan keputusan. Serta berani terhadap semua tanggung jawab dan akibatnya dengan keputusan yang sudah diambil. Penerimaan diri adalah kemampuan remaja untuk dapat menerima keadaan dirinya sendiri, baik kelemahan dan kelebihan, menerima diri secara fisik maupun psikis dengan baik (Albin. 1996)

Kematangan diri secara emosional (*maturing emotional self*) menunjuk pada emosi yang meliputi semua wilayah perilaku afektif dengan melibatkan aspek biologis, kognitif, dan sosial. Kematangan emosi merupakan proses di mana

pribadi individu secara terus menerus berusaha mencapai suatu tingkatan emosi yang sehat. Baik secara intrafisik maupun interpersonal. Individu yang secara emosional telah matang dapat menentukan dengan tepat pilihan kapan dan sejauh mana dirinya perlu terlibat dalam suatu permasalahan sosial serta dapat turut memberikan jalan keluar atau pemecahan yang diperlukan (Gorlow and Lugo. 1996)

Kotler mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainya dalam mengimbangi harapan konsumen menurut (Tjipto 2016)

Berdasarkan uraian argumen di atas, penerapan kepercayaan diri dan kedewasaan diri (*self maturity*) terhadap kualitas pelayanan pada bisnis online perlu di aplikasikan oleh para pelaku usaha maupun perusahaan guna memenuhi aspek-aspek kualitas pelayanan serta untuk menjalin hubungan yang berjangka panjang terhadap konsumen. Sehingga Dengan demikian penulis mencoba untuk mengangkat judul.

“ pengaruh kepercayaan diri dan tingkat kedewasaan terhadap kualitas pelayanan bisnis online pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG di era industri 4.0”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah di jelaskan di atas maka ada beberapa rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
2. Bagaimana tingkat self maturity mahasiswa dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
3. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan mahasiswa dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?
4. Adakah pengaruh kepercayaan diri dan self maturity terhadap kualitas pelayanan mahasiswa dalam menjalankan online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian diantaranya sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat self maturity mahasiswa dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan mahasiswa dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan diri dan self maturity terhadap kualitas tingkat pelayanan dalam menjalankan bisnis online pada era industri 4.0 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah untuk memperluas dunia ilmu pengetahuan dalam disiplin psikologi khususnya ilmu psikologi perkembangan remaja dan psikologi pendidikan

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan yang lebih baik lagi.

a. Subyek penelitian

Agar dapat dijadikan bahan informasi mengenai yang berkaitan dengan kepercayaan diri dan self maturity pada kualitas pelayanan dalam menjalankan bisnis online pada mahasiswa di era industri 4.0 sehingga bisa dijadikan panduan, renungan serta pelajaran di dalam hal akademik

b. Bagi Peneliti

Menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pengaruh pemenuhan pengaruh kepercayaan diri dan self maturity terhadap kualitas pelayanan dalam menjalankan bisnis online pada mahasiswa di era industri 4.0

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kepercayaan Diri

1. Definisi Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri bisa dikatakan sebagai sesuatu keyakinan itu membuatnya menjadi merasa siap untuk melakukan segalanya di dalam hidupnya menurut (Hakim. 2016). Mahasiswa psikologi hendaknya memiliki kepercayaan diri yang tinggi karena setidaknya untuk bekal dalam menjalin komunikasi dengan lingkungan sekitarnya. Kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian manusia yang sangat penting sebagai sarana menggabarkan potensi yang dimilikinya salah satu faktor dari kepercayaan diri adalah harga diri menurut (Elfiky. 2016). Menurut Coopersmith (2016) harga diri adalah penilaian yang dipengaruhi oleh sikap interaksi penghargaan dan penerimaan yang diberikan dari orang lain terhadap individu. Dari kepercayaan individu yang dimiliki seseorang, kepercayaan dan kesuksesan akan dapat diprediksikan karena sebagai sikap positif seseorang yang mampu untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan yang dihadapinya menurut Ghufron. N & Risnawita (2016).

Chaplin (2016) mengatakan bahwa harga diri adalah penilaian yang dipengaruhi dari sikap interaksi, penghargaan dan penerimaan orang lain terhadap individu tersebut. (Rahmat, 2016) kepercayaan diri dapat diartikan sebagai kepercayaan terhadap dirinya sendiri yang dimiliki setiap masing individu di dalam kehidupannya serta bagaimana orang tersebut memandang dirinya secara utuh dengan mengacu pada konsep diri. Dengan rasa percaya diri individu dapat mengenal dan memahi dirinya sendiri, sementara itu dengan kurang rasa tingkat kepercayaan diri akan menghambat pengembangan potensi diri

Kurangnya rasa percaya diri pada remaja berkaitan dengan adanya tuntutan sosial dari luar diri remaja. Tuntutan diri dari luar menuntut remaja untuk dapat menyesuaikan dengan situasi baru. Remaja yang kurang percaya diri biasanya mereka merasa kesulitan dalam penyesuaian dengan suasana baru sehingga mereka sering kali ketergantungan dengan orang lain menurut Hakim (2016). Sears, Freedman (2016) menyatakan bahwa kepercayaan diri dapat mempengaruhi tingkat konformitas. Kurangnya rasa kepercayaan diri dalam individu dapat menimbulkan tingkat konformitas yang tinggi, hal ini diperkuat dengan adanya penelitian tentang konformitas yang menunjukkan bahwa mereka yang memiliki rasa percaya diri yang kecil maka secara tidak langsung dia akan selalu mengikuti pendapat mayoritas kelompok

Fatcthurahman dan Pratikto (2016) mengatakan bahwa semakin tinggi rasa kepercayaan diri remaja, maka semakin berkurang tingkat kenakaln remaja. Hal ini pula dipengaruhi dengan adanya konformitas yang mana kenakalan remaja ini merupakan salah satu bentuk dari konformitas yang negatif. Artinya, dapat dikatakan bahwa penelitian ini menyatakan tingkat kepercayaan diri seseorang dapat mempengaruhi terjadinya konformitas baik itu secara yang positif maupun yang negatif

Orang yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi bisa dilihat dari ketenangan dalam mengontrol diri sendiri. Selain itu orang yang mempunyai percaya diri yang tinggi tidak akan mudah terpengaruh oleh situasi yang kebanyakan orang menilainya menurut Lindefield fatchurahman.M & Herlan (2012). Di jelaskan bahwa ciri-ciri kepercayaan diri diantara adalah keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realitis.

Menurut Mardatilah (2016) seseorang yang memiliki kepercayaan diri memiliki beberapa ciri-ciri

1. Mengenal dengan baik kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya lalu mengembangkan potensi yang ada pada dirinya.
2. Membuat standar atas pencapaian atas pencapaian tujuan hidup dan memberikan reward atas apa pencapaian yang telah ia dapatkan
3. Tidak menyalahkan orang lain atas kesalahannya atau kegagalannya akan tetapi lebih introspeksi diri sendiri
4. Mampu mengatasi perasaan tertekan, kecewa dan rasa tidak mampuan yang melandanya
5. Mampu mengatasi rasa kecemasan yang ada pada dirinya
6. Tenang dalam menjalankan dan menghadapi segala sesuatunya
7. Berfikir positif
8. Maju terus tanpa harus menoleh kebelakang

Dari penjelasan beberapa ciri-ciri kepercayaan diri, dapat dijadikan sebagai tolak ukur penelitian dalam mengukur remaja yang memiliki kepercayaan diri tinggi atau rendahnya. Karena efek tersebut dapat dilakukan dari melakukan pengamatan sehari-hari dan hasilnya bisa menjadi lebih efektif bila dijadikan dasar dalam penelitian.

Mastuti (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri antara lain: orangtua, masyarakat, teman sebaya, dan konsep diri. Dari faktor-faktor diatas peneliti mengambil kesimpulan biasanya kepercayaan diri seseorang dibentuk dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu konsep diri seseorang berdasarkan persepsi mengenai sikap-sikap terhadap orang

lain dan atas pengalamannya di dalam lingkungan keluarga,. Rasa percaya diri akan timbul dan berkembang sesuai dengan kesadaran dan keyakinan untuk menerima dan memahami orang lain sebagai hubungan interaksi yang saling memerikan timbal balik, baik dengan keluarga maupun dengan lingkungan sosial.

2.Aspek Kepercayaan Diri

Menurut Lauster (2017). Ada beberapa aspek kepercayaan diri yakni sebagai berikut

1. Keyakinan akan kemampuan diri sendiri yaitu sikap positif yang dimiliki seseorang tentang dirinya terhadap kesungguhan akan apa yang dilakukannya
2. Optimis sikap positif yang dimiliki seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala macam hal yang ada pada dirinya terhadap harapan dan kemampuan yang dimilikinya
- 3, Obyektif yaitu orang yang percaya diri dalam memandang permasalahan atau segala hal yang ada di hadapannya. Menilai sesuatu kebenaran dengan dengan standart semestinya bukan menurut kebenaran pribadi
- 4, Bertanggung jawab yaitu kesediaan seseorang yang telah menjadi konsekuensinya terhadap tindakan yang telah dia lakukan.
5. Rasional yaitu analisa terhadap suatu masalah, suatu hal, suatu kejadian dengan pemikiran yang dapat diterima dengan akal dan sesuai dengan kenyataan

Kepercayaan diri terbentuk melalui proses yang bertahap (Hakim. 2017). Secara garis proses terbentuk rasa kepercayaan diri sebagai berikut

1. Pemahaman seseorang terhadap terhadap kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan melahirkan keyakinan untuk dapat berbuat sesuatu dengan memanfaatkan kelebihan yang di milikiya

2. Pemahaman dan reaksi positif seseorang terhadap kelemahan yang ada pada dirinya agar tidak menimbulkan rasa rendah diri atau rasa sulit menyesuaikan diri
3. Pengalaman di dalam menjalani berbagai aspek kehidupan dengan menggunakan segala kelebihan yang ada pada dirinya.

3.Faktor Pembentuk Kepercayaan Diri

Menurut Dewinta & Maria (2008) kepercayaan diri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal

a. Faktor internal, meliputi :

- 1) Konsep Diri terbentuknya kepercayaan diri pada individu diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulan
- 2) Harga Diri penilaian yang dilakukan terhadap dirinya
- 3) Kondisi Fisik penampilan fisik merupakan penyebab utama rendahnya harga diri dan percaya diri seseorang
- 4) Pengalaman Hidup pengalaman yang menyedihkan seringkali menimbulkan rasa rendah diri

b. Faktor eksternal

- 1) Pendidikan
- 2) Pekerjaan
- 3) Lingkungan dan Pengalaman Hidup individu

B. Kematangan Diri (*Self Maturity*)

1. Definisi Kematangan Diri (*Self maturity*)

Menurut Allport, penentu utama tingkah laku dewasa yang masak adalah seperangkat sifat (trait) yang terorganisir dan seimbang, yang mewakili dan membimbing tingkah laku sesuai dengan prinsip otonomi fungsional. Terkait dengan umur beliau juga menyatakan bahwa semua orang yang dewasa mencapai maturitas sepenuhnya. Tingkat seberapa besarnya fikiran dan keinginan suatu individu sadar mengambil alih motivasi tak sadar, dan tingkat seberapa jauh trait berbeda dari asalnya yang ke kanak-kanakan adalah ukuran kehormatan dan kemasakan seseorang (alwisol. 2007)

Setiap individu memiliki pertumbuhan dan tugas perkembangan yang harus dilaluinya. Individu yang mencapai usaha dewasa biasanya akan berusaha mencapai tingkat kematangan sehingga memiliki ciri-ciri tertentu. Kematangan bisa juga didefinisikan sebagai kesiapan individu dalam melaksanakan tugas perkembangan.

2. Aspek Perkembangan Kematangan Diri (*Self Maturity*)

Perkembangan pribadi manusia meliputi beberapa aspek perkembangan.

Antara lain perkembangan fisiologis dan perkembangan pedagogis (wasty, 2006).

a) Perkembangan Fisiologis

Menurut Gesell dan Amtruda kematangan diri manusia secara fisiologis berada pada usia 17-20 tahun. Dalam tahap ini pertumbuhan fisik anak menuju ke arah kematangan fisiologisnya. Semua fungsi jasmaniah berkembang menjadi

seimbang. Dengan adanya perkembangan yang baik membuat pribadi individu menjadi positif sehingga manusia dapat bertingkah laku sesuai dengan tuntutan sosial, moral, serta intelektualnya

b) Perkembangan Psikologis

Menurut Jean Jacques Rousseau (2006) masa pematangan diri terlihat ketika individu berumur lebih dari. Dalam tahap ini perkembangan fungsi kehendak mulai muncul secara dominan. Individu mulai mempunyai tujuan hidup diantara dengan mampu membedakan antara keinginan pribadi, pemuasan keinginan kelompok, dan pemuasan keinginan masyarakat. Semua ini bisa dilakukan dengan manusia belajar mengendalikan kehendak. Dengan kemampuannya individu dapat melatih untuk memilih keinginan yang akan direalisasikan dalam bentuk tindakan-tindakannya. Individu di dalam masa perkembangan ini melakukan “*self direction*” dan “*self controle*”. Dengan kedua kemampuannya ini maka individu tumbuh dan berkembang menuju kematangan untuk hidup berdiri sendiri dan bertanggung jawab.

c) Perkembangan secara Pedagogis

(John Amos Comenius, 2006) menegaskan bahwa perkembangan manusia terdiri dari 5 tahap yang salah satu diantaranya tahap kematangan pribadi. Tahap di mana intelek memimpin perkembangan semua aspek kepribadian menuju kematangan pribadi. Sehingga individu tersebut mempunyai sifat mengasihi Allah dan sesama manusia. Di jelaskan ada pendapat lain menurut Sullivan (2007) mengemukakan bahwa manusia yang berumur lebih dari 20 tahun memasuki masa dimana periode *maturity* (kematangan). Setiap prestasi penting terdahulu akan menjadi bagian penting di masa yang akan datang.

3. Faktor Kematangan Diri (*Self-Maturity*)

Individu bisa dikatakan matang apabila dalam perkembangannya individu tersebut bisa mencapai suatu pertumbuhan menjadi pribadi yang matang. Menurut (2006) ada enam karakteristik kematangan diri individu yaitu:

- a) Perluasan perasaan diri merupakan kemampuan untuk berpartisipasi dan dapat menyenangkan aktifitas yang banyak. Mampu mengidentifikasi diri dan interesnya terhadap orang lain begitu juga sebaliknya. Perluasan diri ini juga sama dengan perkembangan diri
- b) Hubungan diri dengan orang lain merupakan kemampuan bersahabat dan berbagi kasih sayang, keintiman dalam berhubungan bisa bersama keluarga atau dengan teman. Individu yang sehat secara psikologis juga memahami rasa sakit, rasa takut, penderitaan dan kegagalan yang merupakan hal wajar dihadapi setiap individu, sedang perasaan tersebut dapat membentuk pribadi manusia menjadi pribadi yang lebih matang
- c) Keamanan emosional dan penerimaan diri kemampuan menghindari hal yang sifatnya berlebihan terhadap permasalahan yang menyinggung dorongan spesifik (misal menerima dorongan seks-memuaskan sebaik mungkin tidak menghalangi juga tidak mebiarkannya). Diri yang matang adalah diri yang bisa menerima segala segi yang ada pada dirinya tak terkecuali kelamahan-kelemahan.
- d) Persepsi, ketrampilan, dan tugas yang realistis kemampuan memandang orang,obyek dan situasi seperti apa adanya. Diri yang matang dan sehat dapat memandang apa yang ada secara objektif. Mereka tidak dengan semudahnya

memberi kepercayaan terhadap sesuatu keadaan yang berkaitan dengan baik maupun salahnya.

e) Objektivikasi diri ini sendiri terdiri dari dua macam diantaranya yaitu insight dan humor. Obyektivikasi adalah kemampuan memandang secara obyektif diri sendiri maupun orang lain. Orang yang memiliki kepribadian yang matang dan sehat akan memiliki pemahaman diri yang tinggi. Sedangkan individu yang memiliki pemahaman diri yang tinggi akan bersikap bijaksana terhadap orang lain. Serta individu yang seperti ini bisa dikatakan sebagai individu yang cerdas dan humoris terkait dengan hal-hal mustahil dan kemampuannya menertawakan dirinya sendiri.

f) Filsafat hidup yang mempersatukan seharusnya ada keseriusan yang lengkap dan memberi tujuan dan makna kepada apapun yang di lakukan orang. Pribadi yang sehat akan selalu melihat ke depan, hal ini juga dipengaruhi oleh tujuan-tujuan dan rencana yang disusun dalam rencana jangka panjang. Dorongan inilah yang membuat kehidupan seseorang menjadai terarah. Nilai-nilai mempunyai peran yang penting dalam filsafat hidup.

Ke enam karakteristik diatas dapat disimpulkan bahwa diri yang sehat dan matang akan selalu memandang positif. Baik terhadap kehidupan masa depan, tanggung jawab terhadap pekerjaan, dan tentu saja mempunyai emosi yang matang.

C. Kualitas Pelayanan

1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Supranto (2017) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti apa yang diberikan kepada para konsumen, berasal dari apa yang ditawarkan dari pelaku

usaha berkaitan harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja yang dilakukan pemberi jasa tersebut .

2. Aspek Kualitas Pelayanan

Menurut Irawan (2017) ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: Tangabile (bukti fisik), Reability (kehandalan), Responsiveness (tanggapan), Assurance (jaminan), Empathy (empati). 5 dimensi tersebut akan menimbulkan persepsi mengenai kualitas jasa pada suatu perusahaan. Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen yang ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan yang diharapkan dan terpenuhi secara baik menurut (Tjiptono, 2017). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2017) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil kerja antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal dalam memenuhi dengan yang diharapkan, konsumen akan tidak puas, apabila kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas. Banyaknya para pelaku online itu sendiri maka akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat dan competitive sehingga akan membuat sebuah kompetisi para pelaku usaha untuk selalu menciptakan kepuasan para pelanggan agar usaha yang digelutinya bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Bukan hanya itu, dalam persaingan tersebut mendorong para pelaku usaha untuk selalu menciptakan sesuatu yang berbeda dan yang belum dimiliki oleh usaha yang sejenis. Pelanggan dalam sebuah usaha merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan sebuah usaha. Kepuasan pelanggan dalam usaha atau bisnis akan berdampak dalam perkembangan usaha tersebut. Hal ini sejalan dengan

pendapat (Kotler, 2017) yaitu kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. Selain itu persaingan yang kompetitive juga bisa memicu kreativitas parapelaku usaha atau pedagang untuk selalu memberikan atau meningkatkan dalam segi pelayanan yang lebih berkualitas agar tetap sustainability, karena memuaskan pelanggan termasuk hal yang tidak mudah karena tingkat kepuasan merupakan sesuatu yang bersifat individual. Setiap individu akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda dalam dirinya. Hal ini sesuai dengan pengertian kepuasan itu sendiri, dimana kepuasan merupakan keadaan emosional yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan dimana para pelanggan atau konsumen itu memandang pelayanan yang diberikan. Hal ini nampak pada sikap pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah di berikan oleh pedagang atau pelaku usaha, sikap positif apabila puas atau sikap negatif bila tidak puas. Dalam menciptakan rasa kepuasan kepada pelanggan

Pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh sebuah usaha harus berkualitas. Menurut (Fornell Nanang Cendriono, 2017), pelanggan yang puas dengan kualitas pelayanan yang dirasakan akan menguntungkan respons emosional, yaitu kepuasan pelanggan. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi para pelanggan. Hal ini sejalan dengan kualitas pelayanan yang didefinisikan sebagai sebuah sikap atau keputusan yang bersifat global atau menyeluruh, yang ada hubungannya dengan penilaian superioritas suatu jasa. (Menurut Ha dan Cheong , 2017) dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan prima maka akan muncul sikap puas dari pelanggan yang semakin meningkat dan itu bisa berdampak positif pada pedagang atau pelaku usaha. Menurut (

Payne, 2001), pelayanan merupakan merupakan rasa kepuasan atau tidak kepuasan yang oleh penerima pelayanan pada saat menerima pelayanan. Payne juga mengatakan bahwa pelayanan pembelian mengandung pengertian:

- i. Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan dan untuk menelusuri kelanjutannya setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan
- ii. Ketepatan waktu dan reabilitas pengiriman jasa pembeli sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan
- iii. Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pembelian dan merealisasikan tujuan para pelaku usaha online dan pengusaha itu sendiri
- iv. Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pembelian
- v. Penyampaian produk kepada pembelian tepat waktu dan akurat dengan segala tindak lanjut serta tanggapan keterangan yang akurat

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan, demikian juga sebaliknya apabila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas akan jelek. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan semua tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pembelinya secara konsisten. Jadi untuk mempermudah dalam hal penilaian dan pengukuran dalam kualitas pelayanan ini dikembangkan sebuah alat ukur kualitas pelayanan yang disebut Servqual (service quality). Servqual ini

sendiri merupakan sebuah skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pembelian atas kualitas pelayanan yang meliputi beberapa faktor :

1. Bukti langsung yaitu kemampuan sebuah pelaku usaha atau perusahaan dalam menunjuka eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik perusahaan dan keaaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata yang diberikan
2. Kehandalan yaitu mampu memberikan pelayan dengan ketepatan waktu dengan akurat dan tetap memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pembelian yang berarti ketepatan waktu, dan memberikan pelayan yang sama kepada semua konsumen tanpa terkecuali dan tetap mengedepankan sikap simpatik dan ketelitian tinggi
3. Daya tanggap yaitu kemampun untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat dan tepat paa pembelian dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pemebelian menunggu tanpa adanya alan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dan tingkat kualitas pelayanan.
4. Jaminan adanya kepastian yaitu pengetahuan tentang kesopan santunan dan kemampuan para pelaku usaha untuk menciptakan rasa percaya pembelian kepada pelayanan pedagang atau perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain sebagai berikut.
 - a. Komunikasi, yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pembelian dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pembelian dapat dengan mudah mengerti di samping itu pedagang dapat secara cepat dan tanggap dalm mnyikapi bila ada keluhan dan komplain yang dilakukan saat transaksi pembelian.

- b. Kredibilitas yaitu perlunya adanya jaminan atas suatu kepercayaan yang di berikan kepada pembelian, believsbility atau sifat kejujuran. Menanamkan sebuah rasa kepercayaan, memberikan kedibilitas yang baik bagi nama perusahaan pada waktu yang akan datang.
 - c. Keamanan adanya suatu kepercayaan dan jaminan terhadap barang selama dalam pengeiriman sampai ke tangan pembeli secara maksimal.
 - d. Kompetensi yaitu kemampuan yang dimiliki akan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pembeli dapat berjalan secara maksimal
 - e. Sopan santun dalam pelayanan yaitu adany suatu nilai moral yang dimiliki oleh pedagang atau perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada setiap pembelian. Jaminan akan kesopanan santunan yang ditawarkan kepada pembelian tidak membedakan antara pembeli yang satu dengan pembelian yang lain semua di samaratakan dalam hal pelayanan.
5. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atu pribadai yang diberikan kepada pembelian dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Diamana suatu pedagang onlne memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pembelian, memahami kebutuhan yang diinginkan pembeli secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi par pembeli

C. Pengaruh kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan bisnis online

Kepercayaan diri merupakan salah satu syarat yang esensial bagi individu untuk mengembangkan aktivitas dan kreativitas sebagai cara untuk mencapai prestasi. Akan tetapi rasa percaya diri tidak akan muncul dengan sendirinya,

melainkan rasa percaya diri tumbuh dari proses interaksi yang sehat di lingkungan sosial individu dan berlangsung secara kontinu dan terus berkesinambungan. Rasa percaya diri tidak dapat muncul secara begitu saja pada diri individu akan tetapi ada proses tertentu di dalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri (Hakim,2002). Maka setiap pelaku usaha harus dituntut memiliki rasa kepercayaan diri terhadap calon konsumen rasa percaya ini diwujudkan dalam hal mempromosikan barang dagangan,serta dapat menyakinkan ke para konsumen bahwa barang yang akan dipasarkan benar memiliki kualitas yang bagus dibanding dengan competitor yang menjual prodak barang serupa.

Sedangkan dalam penelitian sebelumnya dalam (Yoebritiant, 2018). Hasilnya adalah untuk besar pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli ditunjukkan oleh angka 50,3 %. Selanjutnya dengan adanya variabel gaya hidup sebagai variabel moderator dapat meningkatkan promosi penjualan dan minat beli sebesar 66%. Sementara pengaruh variabel lain diluar penelitian ini sebesar 34%. Dari hasil penelitian yang didapat adalah promosi penjualan dan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen melalui jejaring sosial secara parsial. Dan gaya hidup sebagai variabel moderator dapat meningkatkan promosi penjualan dan minat beli konsumen

Pada dasarnya tingkat pelayanan ke pada setiap konsumen adalah bentuk dari rasa percacaya diri para pelaku usaha tersebut tanpa di dasari rasa percaya diri maka akan sulit untuk terbentuk sebuah percakapan dan yang pada akhirnya akan berlanjut ke dalam bentuk transaksi jual beli barang yang disini antar penjual dan pembeli memnafaatkan kemudahan yang ada dalm internet, dengan pemanfatan

media sosial yang menunjang berbagai kemudahan kehidupan manusia pada era modern ini

Allport (dalam suryabrata & sumadi, 2007) mendefinisikan kematangan diri (Maturity self) merupakan hasil dari keselarasan anatara fungsi fisik sebagai dari hasil dari pertumbuhan dan perkembangan. Kematangan diri dalam tingkat pelayanan bisnis online ini besar pengaruhnya karena pelaku usaha dalam hal ini berhadapan dengan berbagai macam karekter calon konsumen yang sudah pasti memiliki berbagai macam karakter jadi tingkatan dewasa seseorang di sini sangat dibutuhkan. Dan peran kematangan diri ini selain dalam hal pelayan juga berguna bila mana kita sedang dihadapkan permasalahan ketika menjalankn bisnis online karena selain peluang yang sangat menjanjikan dalam bisnis ini tapi resiko kerugian juga sangat besar apa bila dalam pengelolaan tidak ada kehati-hatian dan ketelitian.

E.Kepercayaan Diri dalam Persepektif Islam

(Menurut Tylor 2003 :19) kepeecayaan diri merupakan individu yang memiliki perasaan aman akan dirinya sendiri dengan mengetahui bakat yang dimiliki, dengan merasa rileks dalam mengembangkan kemampuan dan ingin mendengarkan dan belajar sesuatu yang baik untuk dirinya dan orang lain. Kepercayaan diri merupakan suatu aspek kepribadian manusia yang memiliki fungsi penting dalam mengingatkan kemampuan yang dimilikinya. Untuk bisa mendapatkan rasa percaya diri seseorang harus melalui beberapa proses. Proses yang utama ialah manusia harus mempercayai dengan adanya Allah SWT. Oleh karena itu manusia harus percaya pada dirinya sendiri bahwa setiap melakuka sesuatu harus dengan rasa optimisme. Seseorang percaya diri dengan segala

keputusan yang diambilnya. Al-Quran sebagai pedoman umat islam menegaskan mengenai kepercayaan diri yang terkandung dalam beberapa ayat-ayat

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Artinya “Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaikbaiknya.” (Q.S. At-Tiin: 4, dalam Jabal, 2010: 597).

Manusia diciptakan Allah SWT menjadi makhluk yang paling sempurna, karena manusia diberi suatu kelebihan dari makhluk lain di dunia, yaitu akal. Dalam hal ini Allah telah meningkatkan derajat manusia sebagai makhluk yang paling baik. Manusia dianjurkan untuk bersedih hati ataupun menyerah dan tidak percaya terhadap kemampuan yang dimilikinya. Apabila seseorang memiliki iman, maka salah satu ciri rasa percaya diri yaitu sikap optimis. Optimis merupakan suatu sikap positif dalam diri seseorang yang memiliki pandangan baik dalam menghadapi segala sesuatu, harapan dan kemampuan (dalam Usman, 2016: 464). Optimis merupakan suatu sikap yang dibutuhkan setiap manusia dalam menempuh jalan Allah SWT, apabila orang tersebut meninggalkannya walau hanya sementara, maka akan luput, optimisme timbul dari perasaan gembira dengan segala kemurahan Allah, Rahmat dan Karunia-Nya serta perasaan lega menanti kemurahan dan anugerah-Nya karena percaya atas kemurahan Allah. Seperti yang dijelaskan dalam surat Al- Imran, ayat 139 sebagai berikut

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya : “Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih

hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman. Seseorang yang memiliki sikap optimis yaitu orang yang mempunyai ketaatan dalam melaksanakan segala perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya. Ia berharap agar Allah tidak akan berpaling, menerima segala amal perbuatan, dan melipat gandakan pahalanya. Sebaliknya orang yang bersikap pesimis atau putus asa akan sering kali merasa bimbang, bingung, dan tidak dapat mengambil keputusan apabila menghadapi suatu permasalahan hidup. Rasa bimbang terkadang menjadi sebuah kekhawatiran yang mendalam yang akhirnya berujung kepada sikap tidak percaya diri. Maka seharusnya kita sebagai manusia yang baik, haruslah senantiasa mengingat segala kemurahan Allah, Rahmat dan Taufiq-Nya. Optimislah dalam menjalani kehidupan di dunia, sebab dengan optimis akan menjadi lebih baik dan indah, serta jangan mudah putus asa dari apa yang Allah beri kepada setiap manusia. Seperti yang terkandung dalam QS. Yusuf ayat 87 sebagai berikut:

يَا بَنِيَّ اذْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَيْئَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَيْئَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ

Artinya : “Hai anak-anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”

Seorang manusia harus percaya terhadap kemampuan diri sendiri dan tidak boleh merasa dirinya lemah dan tidak mempunyai kemampuan tertentu. Manusia merupakan seorang pemimpin atau khalifah di bumi. Manusia ditakdirkan memiliki derajat yang lebih tinggi dan memiliki nilai kesempurnaan daripada makhluk lain

di dunia, oleh karena itu manusia harus memanfaatkan sumber daya alam dengan sebaik mungkin. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 2 sebagai berikut:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ
الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَتْ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya : “Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa manusia diharapkan dapat memiliki rasa percaya diri dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada dalam dirinya. Karena Allah menciptakan manusia dengan segala kelebihan dan kekurangan masing masing dan hal ini ditujukan agar manusia tidak merasa sebagai makhluk yang paling tinggi. Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, hendaknya kita mengisi dengan rasa penuh percaya diri untuk menuju jalan yang lebih baik dan dapat menjadi manusia yang sukses, berhasil dan mempunyai tujuan yang baik dan hidup bahagia di dunia. **Self maturity dalam persepektif islam.** Dalam agama islam kematangan diri seseorang ditunjukkan oleh perilaku-perilaku yang baik terhadap lingkungan sekitar, yang telah menjadi sebuah tuntutan sebagai manusia dengan manusia dalam

bermasyarakat. Perilaku-perilaku tersebut dijelaskan dalam surat Al-Furqon ayat 72, yang berbunyi:

وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang tidak memberikan persaksian palsu, dan apabila mereka bertemu dengan (orang-orang) yang mengerjakan perbuatan-perbuatan yang tidak berfaedah, mereka lalui (saja) dengan menjaga kehormatan dirinya”

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa kematangan diri digambarkan oleh seorang muslim yang baik. Muslim yang baik akan selalu memberikan kesaksian dan ucapan serta perilaku yang jujur dan bermanfaat bagi orang lain. Kemudian dalam ayat yang lain dijelaskan bahwa seseorang yang matang adalah mereka yang rendah hati, sopan dan santun serta berperilaku positif yang tidak merugikan orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam surat Q.S Yunus(72)

فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَمَا سَأَلْنَاكُمْ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى اللَّهِ وَأُمرْتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: “Jika kamu berpaling (dari peringatanku), aku tidak meminta upah sedikitpun dari padamu. Upahku tidak lain hanyalah dari Allah belaka, dan aku disuruh supaya aku Termasuk golongan orang-orang yang berserah diri (kepada-Nya)”

Dalam perspektif islam, kematangan diri seseorang dapat digambarkan dengan sikap yang positif dan memberikan dampak yang positif pula baik pada dirinya sendiri maupun pada orang lain. Tidak hanya digambarkan dengan

perilaku yang baik saja. Pribadi yang matang akan cenderung memaafkan kesalahan orang lain yang mana dalam islam disebutkan bahwa antara orang islam yang satu dengan yang 30lainnya adalah saudara. Pribadi yang mulia ini ditunjukkan dalam Q.S. Al-A'raf ayat 126 yang bunyinya

وَمَا تَنْفَعُ مِنَّا إِلَّا أَنْ آمَنَّا بِآيَاتِ رَبِّنَا لَمَّا جَاءَتْنَا رَبَّنَا أَفَرُّغُ عَلَيْنَا صَبْرًا وَتَوَقَّفْنَا مُسْلِمِينَ

Artinya: “Dan kamu tidak menyalahkan Kami, melainkan karena Kami telah beriman kepada ayat-ayat Tuhan Kami ketika ayat-ayat itu datang kepada kami”. (mereka berdoa): "Ya Tuhan Kami, Limpahkanlah kesabaran kepada Kami

F.Kualitas pelayanan dalam islam

Kualitas Pelayanan dalam IslamIslam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik harus memberikan pelayanan yang baik, jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah 2 : 267 yang bunyinya

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ط وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَجْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Namun, pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya akan mengenai heart shareanggota dan pada akhirnya memperkokoh mind shareanggota. Dengan adanya heart sharedan mind shareyang tertanam, kepercayaan seorang anggota terhadap lembaga tidak akan diragukan. Adiwarman karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Sebagaimana dalam QS. Ali Imran ayat 159 menjelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan dimana anggota banyak pilihan, bila pelaku koperasi syariah tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembut maka

anggota akan berpindah ke perusahaan lain. Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan dimana anggota banyak pilihan, bila pelaku koperasi syariah tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutan maka anggota akan berpindah ke perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuantitatif, yaitu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rancangan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu peneliti yang berusaha untuk menjelaskan atau menerangkan suatu peristiwa berdasarkan data. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dengan cara mencari pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat

Rancangan penelitian deskriptif digunakan untuk *pengaruh kepercayaan diri dan kedewasaan terhadap pelayanan bisnis online pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG di era industri 4.0*

B. Variabel Penelitian

Kerlinger (dalam Sugiyono, 2015) memberikan pengertian sebagai konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel Dependen

Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang mejadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2015)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepercayaan diri (X 1) dan Self – maturity (X 2)

2. Variabel Dependen

Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel eksogen (dalam Sugiyono, 2015). Variabel terikat dalam penelitian adalah Kualitas pelayanan (Y)

Identifikasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

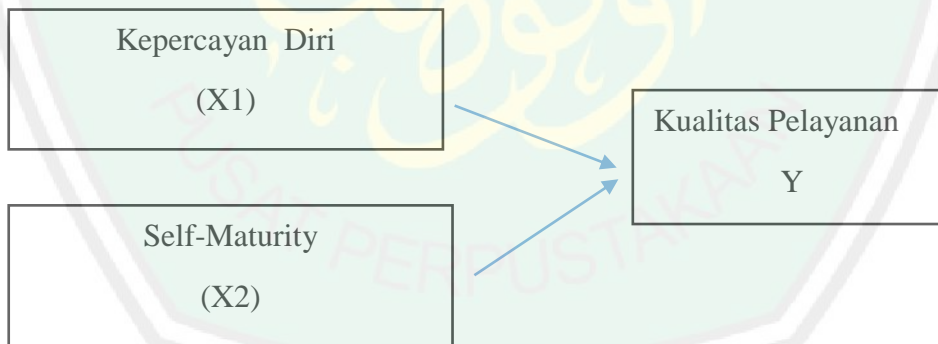
1. Variabel bebas (independent)

X 1 = kepercayaan diri

X 2 = self-maturity

2. Variabel terikat (dependent)

Y = kualitas pelayanan



Gambar 3.1 Diagram hubungan antar variabe

C. Definisi operasional

Definisi Operasional merupakan petunjuk dalam mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri bisa dikatakan sebagai sesuatu keyakinan itu membuatnya menjadi merasa siap untuk melakukan segalanya di dalam hidupnya. Secara operasional kepercayaan diri ditandai dengan munculnya aspek-aspek kepercayaan diri pada remaja. Kepercayaan diri dalam penelitian ini mengacu pada konsep sebagai berikut ini

Menurut Lauster (Asrullah & Amri, 2017). Ada beberapa aspek kepercayaan diri yakni sebagai berikut:

1. *Keyakinan akan kemampuan diri sendiri* yaitu sikap positif yang dimiliki seseorang tentang dirinya terhadap kesungguhan akan apa yang dilakukannya
2. *Optimis* sikap positif yang dimiliki seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala macam hal yang ada pada dirinya terhadap harapan dan kemampuan yang dimilikinya
3. *Obyektif* yaitu orang yang percaya diri dalam memandang permasalahan atau segala hal yang ada di hadapannya. Menilai sesuatu kebenaran dengan dengan standart semestinya bukan menurut kebenaran pribadi
4. *Bertanggung jawab* yaitu kesediaan seseorang yang telah menjadi konsekuensinya terhadap tindakan yang telah dia lakukan.

5. *Rasional* yaitu analisa terhadap suatu masalah, suatu hal, suatu kejadian dengan pemikiran yang dapat diterima dengan akal dan sesuai dengan kenyataan

2. *Self-maturity* (Kematangan Diri)

Menurut Allport (dalam Soemanto, 2006) ada enam karakteristik kematangan diri individu yaitu

1. Perluasan perasaan diri
2. Hubungan diri
3. Keamanan emosional dan penerimaan diri
4. Persepsi
5. Objektivikasi diri

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sebuah tolak ukur kualitas suatu produk dan jasa yang berisi tentang bentuk desain dan kecocokan suatu produk. Sehingga kualitas inilah yang dianggap cocok dan tidak cocok tentang apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga membuat konsumen ini puas. Untuk mempermudah dalam penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan di kembangkan suatu alat ukur kualitas pelayanan yang disebut Serqual service ini sendiri merupakan skala multi item yang meliputi 1. Bukti langsung 2. Keandalan 3. Daya tangkap 4. Jaminan adanya kepastian 5. Empati.

B. Subyek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dapat dipelajari dan di tarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian kali ini adalah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menggunakan dan memiliki sosmed dan memanfaatkan sebagai sarana berdagang dan mempromosikan prodak barang.

2. Sampel

Menurut (Arikunto, 2002) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Sebuah penelitian dikatakan penelitian sampel apabila peneliti bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Adapun yang dimaksud dai menggenarlisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi

Ada beberapa teknik pengambilan data sampel penlitian, namun yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* pengertiannya adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Sampel penlitian ini adalah 20% dari jumlah populasi. Jika populasi penelitian kali ini terdapat kurang lebihnya 2500 mahasiswa. Maka 10% dari populasi adalah 250 mahasiswa. Kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut dalam objek penelitian.

1. Mahasiswa aktif semua jurusan UIN Maliki
2. Berumur antara 17-22 tahun
3. Pria/Wanita

3. Tempat Penelitian

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Kepercayaan Diri dan Kematangan diri(Self Maturity) terhadap kualitas pelayanan bisnis online di

Era Industri 4.0 Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”, maka lokasi penelitian ini adalah di UIN Maulana Maliki Malang, dengan alamat Jalan Gajahyana No. 50 Dinoyo Malang.

4. Metode Pengumpulan Data Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik diantaranya:

4.1 Angket berupa survey

Angket yang digunakan berupa pertanyaan tertulis guna memperoleh data dari responden. Kuisioner yang ditujukan bersifat tertutup yaitu dimana kuisioner yang sudah ada jawabannya, sehingga responden hanya memilih jawaban sesuai yang ada pada keinginan hatinya.

Penggunaan angket ini tidak lain memiliki tujuan untuk memudahkan responden dalam memilih jawaban, dengan adanya jawaban yang sudah tersedia maka responden hanya membutuhkan waktu yang singkat untuk mengerjakan.

4.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengambil informasi dan data yang terdiri dari sumber data atau pengambilan data yang memperhatikan masalah-masalah dari variabel yang diteliti.

Metode yang digunakan dalam skoring penelitian ini adalah skala Likert yang terdiri dari empat alternatif jawaban, yaitu kriteria penilaian bergerak dari “ 4 3 2 1” untuk jawaban favorable yaitu pernyataan yang mendorong atau memihak pada objek sikap dan “1 2 3 4 ” untuk jawaban unfavorable yaitu pernyataan yang tidak mendukung objek sikap.

Metode pengukuran dari ketiga skala ini menggunakan Linkers Summated Ratings dengan empat pilihan yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), Dan STS (Sangat Tidak Setuju). Jadi setiappilihan memiliki beban nilai yang berbeda tergantung dengan jenis aitem tersebut favorable dan unfavorable

Tabel Skala Linkert 3.1

Item favorable	Skor	Item unfavorable	Skor
Pilihan Jawaban		Pilihan jawaban	
SS (Sangat Setuju)	4	SS (Sangat Setuju)	1
S (Setuju)	3	S (Setuju)	2
TS (Tidak Setuju)	2	TS (Tidak Setuju)	3
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	STS (Sangat Tidak Setuju)	4

5. Validitas dan Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat valid atau tidaknya suatu daftar pertanyaan ketika menjelaskan suatu variable. Valid dan reliabel memang merupakan syarat umum suatu alat ukur dalam penelitian. adapun sifat valid dan reliable diperhatikan oleh tingginya validitas dan reliabelitas hasil ukur suatu tes. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut terkait dengan validitas dan reliabilitas. Dalam pengambilan keputusan uji validitas jika memiliki koefisien validitas aitem $r_{xy} < 0,30$ boleh diturunkan menjadi $r_{xy} \geq 0,25$ (Azwar, 2014). Uji reliabilitas masing-masing skal menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan dasar pengambilan keputusan apabila *Cronbach's* lebih dari 0,06 maka skala tersebut dinyatakan

reliabel. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00 (Azwar, 2012)

A. Validitas

Validitas adalah seberapa jauh alat ukur dapat mengungkap dengan jitu gejala-gejala yang akan diukur. Alat ukur yang digunakan dianggap valid apabila alat yang digunakan sesuai dengan apa yang ingin diukur. Menurut Azwar validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dengan kata lain mampu tidaknya suatu alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukurannya yang dikendaki dengan tepat. Arikunto menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau shahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk mengetahui validitas kuisioner *pengaruh kepercayaan diri dan self-maturity terhadap pelayanan bisnis online pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG di era industri 4.0* digunakan validitas konstruk (validitas eksternal) dengan rumus korelasi product-moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}\}\{\sum y^2 - \frac{\sum y^2}{N}\}}}$$

Keterangan

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment pearson

N = Jumlah responden

x = Skor item

y = Skor total angket

Adapun perhitungan validitas ini menggunakan bantuan computer SPSS (Statistical Product and Service Solution) 16.0 for windows. Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentan 0 sampai 1,000. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,000 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

B. Reliabilitas

Reliabilitas diterjemahkan dari kata reliability. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi maksudnya adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel . Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus alpha. Adapun rumus alpha adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum s_b^2}{s_r^2} \right]$$

Keterangan :

α : realibitas instrument

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyanya soal

$\sum s_b^2$: Jumlah varians butir

s_r^2 : varians total

Adapun perhitungan validitas ini menggunakan bantuan alat ukur computer program SPSS (Statistical Product and Service Solution) 16.0 for

windows. Reabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai 1,000. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,000 berarti semakin tinggi reliabilitasnya

5. Uji Instrumen

Penelitian Alat pengumpul data atau instrument penelitian harus diuji cobakan terlebih dahulu. Dalam penelitian ini, instrument penelitian yang diuji cobakan adalah angket (kuesioner). Sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data, angket terlebih dahulu di uji validitas, reliabilitas dan dan juga pembobotan itemnya. Uji coba ini bertujuan untuk mengantisipasi kendala-kendala yang akan muncul. Selain itu, uji coba ini dilakukan agar memenuhi syarat instrument yang baik. Subjek dalam uji coba ini diambil dari bagian populasi yang tidak menjadi sampel dalam penelitian atau yang setingkat dengan populasi penelitian. Dalam uji coba, responden diberi kesempatan untuk memberikan saran-saran perbaikan bagi angket yang diuji cobakan tersebut. Adapun situasi sewaktu uji coba dilaksanakan harus sama dengan situasi penelitian yang sesungguhnya

Uji coba dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui item-item yang tidak valid dan seberapa besar tingkat reliabilitas dari skala kepercayaan diri dan skala (self maturity) terhadap control diri yang kemudian akan dilakukan revisi terhadap item-item yang gugur. Responden uji coba penelitian ini diambil dari bagian populasi yang tidak menjadi sampel.

6. Teknik Analisis Data

Pengertian analisa data menurut Lexy J. Moleong adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan

uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data³⁵. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis prosentase dan analisis product moment.

7. Analisis Prosentase

Analisis Prosentase ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan diri dan self-maturity terhadap tingkat pelayanan bisnis online pada mahasiswa UIN MALIKI MALANG di era industri 4.0, maka perlu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Mencari Mean

$$M = \frac{\text{skor minimum} - \text{skor maximum}}{2} + \text{item valid}$$

- b) Standar Deviasi

$$SD = \frac{1}{6} \times \text{Mean}$$

- c) Kategorisasi

Tujuan daripada kategorisasi ini adalah untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok terpisah berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Kontinum jenjang ini contohnya adalah dari rendah ke tinggi, dari paling jelek ke paling baik, dari sangat puas ke tidak puas, dan semacamnya. Banyaknya jenjang kategorisasi diagnosis yang digunakan tidak melebihi lima jenjang namun juga tidak kurang dari tiga jenjang.

Tabel 3.2

Rumus Kategorisasi

Kategori	Kriteria
tinggi	$X > M_{hipotetik} + 1 SD_{hipotetik}$
Sedang	$(M - 1 SD_{hipotetik}) \leq X \leq M_{hipotetik} + 1 SD_{hipotetik}$
Rendah	$X < M_{hipotetik} - 1 SD_{hipotetik}$

Prosentase

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan

F : frekuensi

N : Jumlah subjek

8. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis berganda ialah suatu metode yang tepat ketika penelitian yang melibatkan satu variabel terikat dan diperkirakan ada hubungannya dengan satu bahkan lebih dengan variabel bebas. Tujuan analisis ini untuk memperkirakan adanya perubahan respon pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas (Yamin & Kurniawan 2009).

Perhitungan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16 for windows dengan melihat hasil perhitungan pada nilai output R Square (dalam Model Summary) yang memiliki arti beberapa persen pengaruh kepercayaan diri dan self maturity

Terhadap kualitas pelayanan bisnis online pada mahasiswa UIN Maliki Malang di era industry 4.0. kemudian untuk menentukan signifikansi berdasarkan SPSS bisa dinilai dari hasil Coefficients kolom Sig (significant). Jika nilai $\text{sig.} < 0,05$ artinya data tersebut signifikan atau memiliki pengaruh antar variabel independen (X_1 = kepercayaan diri, X_2 = self maturity) terhadap variabel dependen (Y = kualitas pelayanan) (Silalahi 2009). Skala Kepercayaan diri Kepercayaan diri bisa dikatakan sebagai sesuatu keyakinan itu membuatnya menjadi merasa siap untuk melakukan segalanya di dalam hidupnya. Secara operasional kepercayaan diri ditandai dengan munculnya aspek-aspek kepercayaan diri pada remaja. Kepercayaan diri dalam penelitian ini mengacu pada konsep sebagai berikut ini

Menurut Lauster (Asrullah & Amri, 2017). Ada beberapa aspek kepercayaan diri yakni sebagai berikut

1. Keyakinan akan kemampuan diri sendiri yaitu sikap positif yang dimiliki seseorang tentang dirinya terhadap kesungguhan akan apa yang dilakukannya
2. Optimis sikap positif yang dimiliki seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala macam hal yang ada pada dirinya terhadap harapan dan kemampuan yang dimilikinya
3. Obyektif yaitu orang yang percaya diri dalam memandang permasalahan atau segala hal yang ada di hadapannya. Menilai sesuatu kebenaran dengan dengan standart semestinya bukan menurut kebenaran pribadi
4. Bertanggung jawab yaitu kesediaan seseorang yang telah menjadi konsekuensinya terhadap tindakan yang telah dia lakukan.
5. Rasional yaitu analisa terhadap suatu masalah, suatu hal, suatu kejadian dengan pemikiran yang dapat diterima dengan akal dan sesuai dengan kenyataan. Skala

penelitian ini menggunakan model linkert dengan empat pilihan jawaban yang terdiri dari aitem yang bersifat *favorable*, untuk jawaban Sangat Setuju (SS) dinilai dengan 4, Setuju (S) dinilai dengan 3, Tidak Setuju (TS) dinilai dengan 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai 1. Aitem yang bersifat *unfavorable*, skor alternative jawabanya adalah Sangat Setuju (SS) dinilai 1, Setuju (S) dinilai 2, Tidak Setuju (TS) dinilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai 4.

Tabel Blue print Penelitian 3.3
Skala Kepercayaan Diri

No	Aspek	Indikator	No. Item Total		Total
			F	UF	
1	keyakinan akan kemampuan diri sendiri	1.Mampu melakukan tindakan meski Hal tersebut belum pernah dilakukan	1, 2		3
		2. Percaya dengan hasil yang akan didapatkan dari usaha yang telah dilakukan	3,		
2	Optimis	1. Mampu melakukan sesutau dengan hasil yang maksimal	6		3
		2.Tidak mudah menyerah dengan keadaan	7, 8		
3	Obyektif	1.Memiliki rasa keterbukaan terhadap permasalahan yang ada	9, 10		4
		2.Mampu menilai sesuatu hal berdasarkan data bukan berdasarkan dengan perasaan	11, 12		
4	Bertanggung jawab	1.Bisa mempertanggung jawabkan semua yang telah dilakukanya	13, 14		3
		2. Mampu menerima keritik dan masukan terhadap apa yang telah dikerjakanya	15		
5	Rasional	1.Tidak berlebihan dalam hal pencapaian dikembalikan lagi dengan usaha yang telah kita lakukan	17, 18		2
Total			14	0	14

i. Skala Self Maturity

Menurut allport (dalam Soemanto, 2006) ada enam karakteristik kematangan diri individu yaitu

1. Perluasan perasaan diri
2. Hubungan diri
3. Keamanan emosional dan penerimaan diri
4. Persepsi
5. Objektivikasi diri

Skala penelitian ini menggunakan model linkert dengan empat pilihan jawaban yang terdiri dari aitem yang bersifat *favorable*, untuk jawaban Sangat Setuju (SS) dinilai dengan 4, Setuju (S) dinilai dengan 3, Tidak Setuju (TS) dinilai dengan 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai 1. Aitem yang bersifat *unfavorable*, skor alternative jawabanya adalah Sangat Setuju (SS) dinilai 1, Setuju (S) dinilai 2, Tidak Setuju (TS) dinilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai 4. Adapun sebasaran aitem skala self-maturity sebagai berikut

Tabel 3.4
Blue Print Penelitian Skala Self-Maturity

No	Aspek	Indikator	No aitem total		Total
			F	UF	
1	Perluasan perasaan diri	1. kemampuan untuk berpartisipasi dan menyenangkan rentang aktivitas	1, 2,		5
		2. mampu mengidentifikasi diri	3		
		3.mampu berfikir ke masa depan dengan membuat rencana	5	6	
2	Hubungan diri dengan orang lain	1. mampu bergaul degan dengan siapa saja	7, 8		4
		2. Mampu menunjukkan rasa kasih sayang kepada orang lain	9, 10		
3	Keamanan emosional dan penerimaan diri	1. mampu menerima kelebihan dan kekuranganya	11		3
		2. mampu mengontrol dan tidak menunjukan setiap permasalahanya	13,14		
4	Persepsi dan ketrampilan tugas	1. mampu unuk memecahkan masalah	16		3
		2. mampu menyelesaikan tugas secara realistis	17, 18		
5	Objektifikasi diri	1. kemampuan untuk memandang secara obyektif terhadap diri sendiri dan orang lain	20,		3
		2. memiliki rasa humor yang tinggi mampu membuat suasana menjadi cair	21, 22		
6	Menyatukan filsafat hidup	1. memiliki perencanaan yang kuat terhadap tindakan yang dilakukan	23		2
		2. memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap orang lain.	25		
TOTAL		19	1	20	

3 Skala Kualitas Pelayanan

merupakan sebuah tolak ukur kualitas suatu prodak dan jasa yang berisi tentang benuk desain dan kecocokan suatu prodak. Sehingga kualitas inilah yang dianggap cocok dan ketidak cocokan tentang apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga membuat konsumen ini puas. Untuk mempermudah dalam penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan di kembangkan suatu alat ukur kualitas pelayanan yang di sebut Serqual service ini sendiri merupakn skala multi aitem yang meliputi 1. Bukti langsung 2. Kehandalan 3. Daya tangkap 4. Jaminan adanya kepastian 5. Empati menurut irawan dalam (Sunarti, 2017). Skala penelitian ini menggunakan model linkert dengan empat pilihan jawaban yang terdiri dari aitem yang bersifat *favorable*, untuk jawaban Sangat Setuju (SS) dinilai dengan 4, Setuju (S) dinilai dengan 3, Tidak Setuju (TS) dinilai dengan 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai 1. Aitem yang bersifat *unfavorable*, skor alternative jawabanya adalah Sangat Setuju (SS) dinilai 1, Setuju (S) dinilai 2, Tidak Setuju (TS) dinilai 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dinilai 4. Adapun sebasaran aitem skala self-maturity sebagai berikut

Tabel 3.5

Skala Blue print Penelitian Kualitas Pelayanan

No	Aspek	Indikator	No. Aitem Total		Total
			F	UF	
1	Bukti langsung	Suatu bukti nyata dalam pelayanan yang diberikan oleh para pelaku usaha online	1, 2, 3, 4,		4
2	Kehandalan	Kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dapat diandalkan dan akurat	5, 6, 7, 8		4
3	Daya tangkap	Kesedian untuk membantu kesetiap pelanggan dan memberikan layanan yang cepat	9, 10, 11, 12		4
4	Jaminan adanya kepastian	Pengetahuan dan tingkat kesopanan penjual guna memberikan keyakinan kepada pelanggan	13, 14, 15, 16		4
5	Empati	Kepedulian yang diberikan seseorang pedagang ke pelangganya	17, 18, 19, 20, 21		5
TOTAL		21	0		21

Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

(Azwar 2007) menjelaskan uji validitas merupakan metode untuk mengetahui tingkat valid atau non valid dalam suatu pernyataan dan pernyataan dalam memaparkan sebuah variabel. Ukuran standar yang digunakan dalam uji validitas aitem dapat dikatakan valid apabila $r_{ix} \geq 0,3$. Apabila total aitem yang valid belum mencukupi jumlah yang ditentukan, maka kriteria tersebut dapat diturunkan menjadi 0,25 atau 2,0. Dalam penelitian ini peneliti memberikan batas untuk nilai

validitas aitem sebesar $r_{ix} \geq 0,3$ penghitungan tersebut menggunakan aplikasi SPSS

16 for windows

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Skala Kepercayaan Diri

Aspek	No Aitem Valid	Jumlah	Indeks Validitas
keyakinan akan kemampuan diri sendiri	1, 2, 3,	3	0.491-0.720
Optimis	, 6, 7, 8	3	0.481-0.601
Obyektif	9, 10, 11, 12	4	0.490-0.733
Bertanggung jawab	13, 14, 15	3	0.371-0.516
Rasional	17,	1	0.625
Total		14	

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 17 aitem, setelah melakukan uji validitas didapatkan 14 aitem yang dinyatakan valid. Acuan peneliti adalah menurut (Azwar 2007) sehingga indeks minimum validitas dikatakan valid apabila $r_{xy} \geq 0.300$. dari hasil uji validitas tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dinyatakan valid jika aitem yang valid mewakili setiap aspek yang telah ada. Dalam penelitian ini jumlah keseleruhan aspek berdasarkan nomor aitem 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 dengan indeks validitas adalah

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas Skala Self-Maturity

Aspek	No Aitem valid	Jumlah	Indeks Validitas
Perluasan Diri	1, 2, 3, 5, 6	5	0.303-0.725
Hubungan Diri Dengan Orang Lain	7, 8, 9, 10	4	0.415-0.681
Keamanan emosional dan penerimaan diri	11, 13, 14	3	0.501-0.710
Persepsi	16, 17, 18	3	0.353-0.568
Objektifikasi Diri	20, 21, 22	3	0.450-0.587
Menyatukan filsafat hidup	23, 25	2	0.617-0.627
Total		20	

Pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari 26 aitem, setelah melakukan uji validitas didapatkan 20 aitem yang dinyatakan valid. Acuan peneliti adalah menurut (Azwar 2007) sehingga indeks minimum validitas dikatakn valid apabila $r_{xy} \geq 0.300$. dari hasil uji validitas tersbut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dinyatakan valid jika aitem yang valid mewakili setiap aspek yang telah ada. Dalam penelitian ini jumlah keseleruhan apek berdasarkan nomor aitem 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 dengan indeks validitas adalah.

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Skala Kualitas Pelayanan

Aspek	No Aitem Valid	Jumlah	Indeks Validitas
Bukti langsung	1, 2, 3, 4	4	0.634-0.850
Kehandalan	5, 6, 7, 8	4	0.502-0.769
Daya tangkap	9, 10, 11, 12	4	0.654-0.825
Jaminan adanya kepastian	13, 14, 15, 16	4	0668-0.884
Empati	17, 18, 19, 20, 21	5	0.580-0.822
Total		21	

Pada tabel diatas dapt dijelaskan bahwa dari 21 aitem, setelah melakukan uji validitas tidak ditemukan aitem yang gugur dan semuanya dinyatakan valid. Acuan peneliti adalah menurut (Azwar 2007) sehingga indeks minimum validitas dikatakn valid apabila $r_{xy} \geq 0.300$. dari hasil uji validitas tersbut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dinyatakan valid jika aitem yang valid m ewakili setiap aspek yang telah ada. Dalam penelitian ini jumlah

keseleruhan apek berdasarkan nomor aitem 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17,18, 19, 20, 21 dengan indeks validitas adalah

2. Estimasi Reliabilitas

Sebuah penelitian dapat dikatakan layak dan tepat jika memenuhi konsistensi keterpercayaan, kestabilan, keajegan, keterandalan, dan sebagainya, hal ini dinamakan reabilitas. Menurut (Azwar 2007) reabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya.

Tinggi rendahnya tingkat reliabilitas dapat dinyatakan melalui koefisien reabilitas. Koefisien reabilitas dapat dinyatakan dalam rentang angka 0 sampai 1,00. Sehingga semakin mendekati angka 1,00 berarti reabilitas alat ukur semakin tinggi dan begitu pula sebaliknya jika koefisien reabilitas mendekati angka 0 maka alat ukur dinyatakan rendah (Azwar 2007). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji reabilitas dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan menggunakan bantuan Microsoft Excel 2013 dan SPSS 16 for windows. Didapatkan hasil pada tabel berikut ini:

Tabel 3.9
Hasil Uji Validitas Reliabilitas

Variabel	Aitem awal	Aitem valid	Kof. Alpa	Keterangan
Kepercayaan Diri	17	15	0.730	Reliabel
Self- Maturity	26	20	0.722	Reliabel
Kualitas pelayanan	21	21	0.953	Reliabel



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

Proses penelitian ini di mulai pada bulan Februari 2019 hingga bulan September 2019. Penyebaran skala kepada responden (subyek penelitian) di laksanakan pada tanggal 25 September 2019. Pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, subyek yang dituju peneliti ialah pada kalangan mahasiswa yang di era modern sekarang ini yang banyak memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada utamanya pada jaringan internet. Dengan adanya perkembangan yang ada pada saat ini pula juga di imbangi dengan berkembangnya media sosial, dan media sosial ini sudah menjadi sebuah kebutuhan yang wajib bagi semua kalangan pada saat ini. Dan hal ini pula banyak di lirik sebgai orang sebagai peluang usaha utamanya menjadi media pemasaran prodak dagangan atau sebagai sarana promosi jasa kepada para calon konsumen. Hal ini pula banyak pelaku usahanya pada kalangan mahasiswa selain salah bentuk pemanfaatan media sosial yang dimiliki juga untuk menambah pemasukan. Dan peneliti tertarik untuk membuat judul tentang *“pengaruh kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan ke konsumen”*

B. Pemaparan Hasil Penelitian

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi dilaksanakan untuk menjelaskan data yang di peroleh dari hasil penelitian yang mengacu kepada masing-masing 1variable penelitian.dalam

penelitian ini, peneliti menjelaskan hasil dari skor hipotetik dan skor empirik, serta pemaparan tentang kategori data

a. Skor Hipotetik dan Empirik

Tabel 4.1
Skor hipotetik

Variabel	Skor		
	Max	Min	(μ)
Kepercayaan diri	52	42	47
Self-maturity	81	71	76
Kualitas pelayanan	71	60	65

Berdasarkan tabel diatas bisa didskripsikan sebagai berikut:

1. Pengukuran Kepercayaan Diri dengan menggunakan skala yang berisi 14 aitem, dengan skor terendah 1 dan skor skala tertinggi 4. Adapaun kemungkinan skor skala Kepercayaan Diri adalah 52 dengan mean hipotetik sebesar 47.
2. Pengukuran Self-Maturity dengan menggunakan skala yang berisi 21 aitem. Dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 4. Adapun kemungkinan skor skala Self-Maturity teritnngi adalah 81 dengan mean hipotetik 76.
3. Pengukuran Kualitas Pelayanan dengan menggunakan skala yang berisi 20 aitem. Dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 4. Adapun kemungkinan skor skala Kualitas pelayanan tertinggi 71 dengan mean hipotetik 65.

b. Deskripsi Kategori Data

Skor yang dipergunakan dalam mengkategorisasikan data di dalam penelitian ini adalah skor hipotetik pada norma dalam table di bawah ini:

Tabel 4.2 Norma Kategorisasi

Kategorisasi	Norma
Tinggi	$X > (Mean + 1SD)$

Sedang	$(Mean-1SD) < (Mean+1SD)$
Rendah	$X < (Mean-1SD)$

Setelah ditemukan skor sesuai dengan norma yang telah ada diklasifikasikan menjadi 3 kelas dengan masing-masing kelas ini memiliki batasan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing variabel pada penelitian kali ini

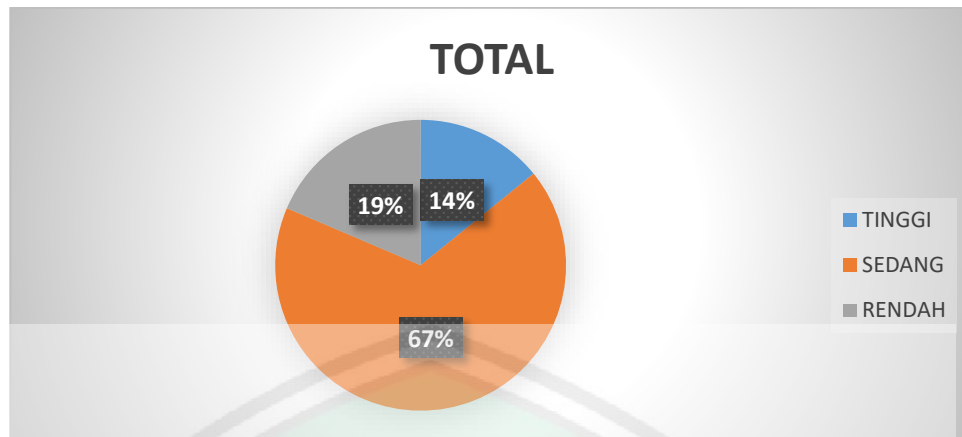
1. Kepercayaan Diri

Kategorisasi tingkat Kepercayaan Diri responden dijabarkan pada tabel berikut ini

Tabel 4.3 Kategorisasi Tingkat Kepercayaan Diri

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentasi
Tinggi	$X > 52$	16	14%
Sedang	$42 < X \leq 52$	76	67%
Rendah	$X \leq 42$	21	19%
Total		113	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat dihasilkan data dari tingkat Kepercayaan Diri para pelaku usaha online pada mahasiswa di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terbanyak terdapat pada kategorisasi sedang yaitu memiliki presentase sebesar 67% sedang untuk kategorisasi tinggi terdapat presentase 14%. Dan kategorisasi rendah memiliki presentase 19%.



Gambar 4.1 Diagram tingkat Kepercayaan Diri

Berdasarkan diagram diatas bisa disimpulkan bahwa kategorisasi Kepercayaan Diri yang banyak ialah pada kategorisasi sedang yaitu 67%.

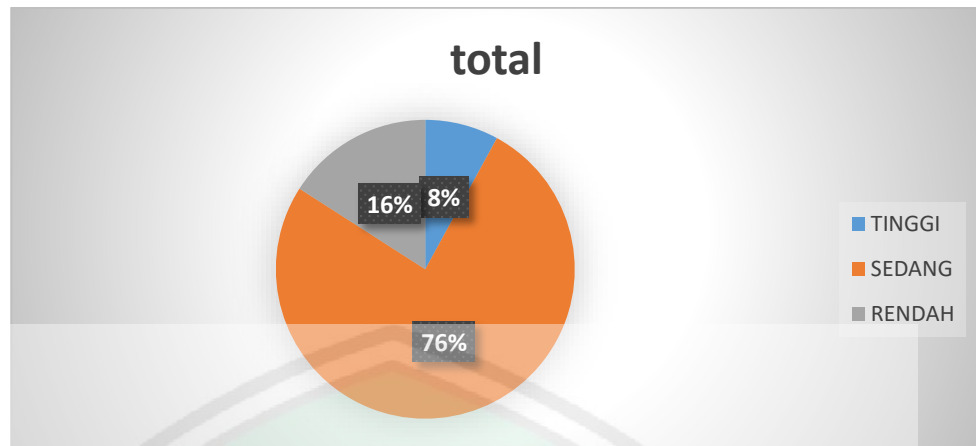
2. Self Maturity

Kategorisasi tingkat Self-Maturity responden dijabarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4 Kategorisasi Tingkat Self-Maturity

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$X > 81$	9	8%
Sedang	$71 < X \leq 81$	86	76%
Rendah	$X \leq 71$	18	16%
Total		113	100%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil dari tingkat Kepercayaan Diri para pelaku usaha online pada mahasiswa di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terbanyak terdapat pada kategorisasi sedang yaitu memiliki presentase 76%. Dan untuk kategori tinggi sendiri memiliki presentase 8% sedangkan untuk kategori rendah memiliki presentase sebesar 16% .



Gambar 4.2 Diagram Self-Maturity

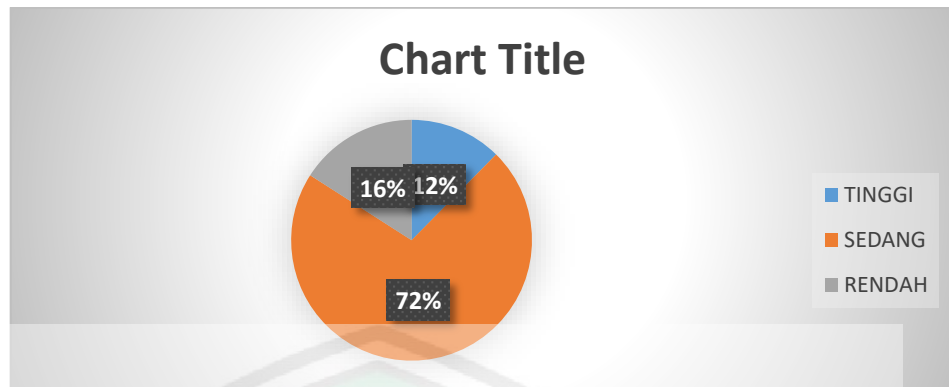
3. Kualitas Pelayanan

Kategorisasi ktingkat kualitas pelayanan responden ini dijabarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Kategorisasi tingkat kualitas pelayanan

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentase
Tinggi	$X > 71$	14	12%
Sedang	$60 < X \leq 71$	81	72%
Rendah	$X \leq 60$	18	16%
Total		113	110%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil dari tingkat Kepercayaan Diri para pelaku usaha online pada mahasiswa di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terbanyak terdapat pada kategorisasi sedang yaitu memiliki presentase sebesar 72% %. Dan untuk kategori tinggi sendiri memiliki presentase 12% sedangkan untuk kategori rendah memiliki presentase sebesar 16% .



Gambar 4.3 Diagram tingkat kualitas pelayanan

Berdasarkan diagram diatas bisa disimpulkan bahwa kategorisasi kualitas pelayanan yang paling banyak ialah pada kategorisasi sedang yaitu sebesar 72%.

2.Uji Asumsi

Uji asumsi digunakan untuk melihat pembuktian bahwa sampel data penelitian tidak terindikasi adanya *sampling error*. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji asumsi meliputi random sampling, uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis. Berikut ini penjabarannya

a. Random Sampling

Subyek penelitian dalam penelitian ini diseleksi menggunakan kriteria random. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini telah mencukupi kriteria random. Kriteria random ini sendiri memiliki arti bahwa subyek harus memiliki kriteria yang sepadan dan memiliki peluang yang sama sebagai subyek di dalam penelitian

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dengan bantuan dari aplikasi SPSS 16 for windows. Uji normalitas di dalam penelitian ini memakai metode *Skewness Kurtosis Test* dengan memfokuskan pada hasil hitung nilai output. Jika nilai dari signifikan adalah $>0,05$, maka data dapat dikatakan terdistribusi dengan normal dan jika

nilai dari signifikan <0.05 . maka data tidak dapat dikatakan tidak terdistribusi dengan normal. Hal ini uji dari normalitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.6 Hasil uji normalitas

Variabel	S-K	Sig (P)	Status
Kualitas pelayanan	869	0.000	Normal

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data variabelnya berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$), sehingga variabel tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk distribusi normal. Hal ini berarti bahwa data dari ketiga variabel mengikuti gejala normal.

c. Uji Linearitas

Perhitungan uji linieritas didalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 16 *for windows* melewati nilai signifikan dalam output SPSS. Apabila nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka terindikasi adanya hubungan linier. Uji linieritas ini difungsikan guna mengamati ada atau tidaknya data yang berkorelasi secara linier. Data yang memiliki korelasi linier ini menjadi salah satu syarat penting apakah ada data tersebut dapat dianalisis menggunakan analisis linier berganda. Penelitian ini mempunyai hasil uji linieritas sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil uji Linieritas

Variabel	Kepercayaan diri	Self-maturity
Kualitas pelayanan	0.000	0.000
Keterangan	Linier	Linier

Melihat pada tabel diatas dapat diperoleh hasil jika adanya hubungan yang linier antara variabel loyalitas konsumen terhadap variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepercayaan diri dan self-maturity. Perihal ini dapat dibuktikan bahwa hasil ($\text{sig} < 0,05$) yang memiliki arti terdapat adanya pengaruh yang

signifikan antara variabel kuitas pelayanan terhadap kepercayaan diri dan self-maturity.

d. Uji hipotesis

Uji hipotesis di dalam penelitian ini dilaksanakan guna melihat ada atau tidak adanya pengaruh antara kepercayaan diri dan self-maturity pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam penelitian ini, pengguna analisis regresi linear berganda yang di lakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS 16 for windows. Hasil dari analisis ini adalah seperti tabel yang di bawah.

Tabel 4.8 Hasil uji hipotesis

Predictors	Dependent variable	F	Sig. (p)
Kepercayaan Diri Self-Maturity	Kualitas Pelayanan	67.349	0.000

Dalam tabel diatas dapat di jelaskan bahwa kepercayaan diri dan self-maturity memiliki sebuah pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hasil ujiregresi memperoleh sebuah hasil $F = 67.349$ dengan tingkat signifikan $0,000$ ($p < 0,05$) yang memiliki sebuah arti bahwa pengaruh yang diperoleh adalah sangat signifikan. Maka, kesimpulanya yang dapat diperoleh di dalam penelitian ini yaitu jika hipotesis mayor pada penelitian ini diterima. Hal ini memiliki arti bahwa adanya sebuah pengaruh antara kepercayaan diri dan sef-maturity terhadap kualitas pelayanan pada pelaku usaha bisnis online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Presentase pengaruh antara kepercayaan diri dan sef-maturity terhadap kualitas pelayanan pada pelaku usaha bisnis online dapat dijabarkan di dalam tabel berikut:

Tabel 4.9 Presntase pengaruh kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan konsumen

Predictors	Dependent Variable	R ²
Kepercayaan diri Self -maturity	Loyalitas konsumen	0.550

Pada tabel diatas diperoleh sebuah sebuah hasil bahwa koefisien determinan yang dapat ditunjukkan dengan nilai R square 0.550 sama dengan 55%. Hasil yangtelah diperoleh ini menyimpulkan bahwa terdapat adanya pengaruh sebesar 55% antara kepercayaan diri dan selg maturity terhadap kualitas pelayanan konsumen. Adapun 45% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.10 Penagaruh kepercayaan diri dan self maturity terhadap kualitas pelayanan konsumen

Predictors	Dependent variable	Beta	% Pengaruh	Sig (p)
Kepercayaan Diri	Kualitas pelayanan	0.422	19,01%	0.000
Self-maturity		0.644	35,99%	0.000

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa variabel X1 kepercayaan diri mempunyai pengaruh kontribusi besaran ($\beta=0.422$) dan variabel X2 self-maturity mempunyai pengaruh kontribusi besaran ($\beta=0.644$). kepercayaan diri memiliki pengaruh pada kualitas pelayanan sebesar 19,01 %Dan self-maturity memiliki pengaruh pada kualitas pelayanan konsumen sebesar 35,99 %Secara parsial variabel kepercayaan diri ($p =0,000<0,05$) dan self-maturity ($p0,000<0,05$) artinya kedua variabel kepercayaan diri dan self maturity memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan

C. PEMBAHASAN

1. Intesitas kepercayaan Diri pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dari hasil penelitian yang telah di lakukan. Terdapat suatu hasil bahwa frekuensi dan tingkat prosentase kepercayaan diri pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berkategori sedang. Dari hasil penelitian sendiri yang memiliki responden sebanyak 113 orang pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memperlihatkan adanya 16 orang pelaku usaha (14%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Sedangkan ada 76 orang pelaku usaha (67%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang sedang. Dan ada sebanyak 21 orang pelaku usaha (19%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki kategori sedang pada tingkat kepercayaan diri.

Tingkat kepercayaan diri sedang dapat memperlihatkan bahwa para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki rasa percaya diri terhadap menawarkan barang dan berkomunikasi ke konsumen pada tingkat sedang. Tingkat kepercayaan diri yang dalam kategorisasi sedang memperlihatkan bahwa rasa kepercayaan diri pada individu pelaku usaha online ini baik karena rasa kepercayaan diri yang dimiliki pelaku usaha online dapat mempengaruhi keputusan pada diri konsumen untuk jadi membeli prodak yang dipasarkan.

Kepercayaan diri adalah salah satu aspek kepribadian yang pada umumnya berbentuk keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak ada

pengaruhnya oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai dengan kehendak, gembira, optimis, cukup toleran, dan bertanggung jawab (Ghufron dan Risnawat, 2010)

Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh (Sugara, 2017) tentang analisis kepercayaan diri dan kepuasan terhadap pengguna transaksi jual beli online” dan dari penelitian tersebut di dapatkan hasil yang positif antara kepercayaan diri terhadap transaksi jual beli online.

2. Intesitas *Self-Maturity* pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Terdapat suatu hasil bahwa frekuensi dan tingkat presentase *self-maturity* pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berkategori sedang. Hasil dari penelitian ini sendiri yang memiliki responden sebanyak 113 orang pelaku usaha (9%) memiliki tingkat *self-maturity* yang tinggi, sedangkan ada 86 orang pelaku usaha (76%) memiliki tingkat *self-maturity* yang sedang, dan ada sebanyak 18 orang pelaku usaha (18%) yang memiliki tingkat *self-maturity* yang rendah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dapat diketahui bahwa para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki kategori sedang pada tingkat *self-maturity*.

Tingkat *self-maturity* sedang dapat memperlihatkan bahwa pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat puas pada kondisi fisik pada tingkat sedang. Tingkat *self-maturity* yang dalam kategori sedang memperlihatkan bahwa para pelaku usaha online memiliki tingkat kedewasaan

yang baik terlebih di dalam hal kesabaran dalam menghadapi konsumen yang memiliki berbagai macam karakter berbeda.

Menurut Allport, penentu utama tingkah laku dewasa yang masak adalah sperangkat sifat (trait) yang teroganisir dan seimbang, yang mengawali dan membingbing tingkah laku sesuai dengan prinsip otonomi fungsional. Tekait dengan umur beliau juga menyatakan bahwa semua orang yang dewasa mencapai maturitas sepenuhnya. Tingkat seberapa besarnya fikiran dan keinginan suatu individu sadar memngambil alih motivasai tak sadar, dan tingkat seberapa jauh trait bebasa dari asalnya yang kekanak-kanakan adalah ukuran kehormatan dan kemasakan seseorang (dalam alwisol, 2007)

Setiap individu memiliki pertumbuhan dan tugas perkembangan yang harus dilaluinya. Individu yang mencapai usaha dewasa biasanya akan berusaha mencapai tingkat kematangan sehingga memiliki ciri-ciri tertentu. Kematangan juga bisa didefinisikan sebagai kesiapan individu dalam melaksanakan tugas-tugas perkembangan tertentu dan kemampuan untuk berfungsi dalam tingkat yang lebih tinggi sebagai hasil pertumbuhan

3. Intesitas Kualitas Pelayanan pada pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah di lakukan,terdapat suatu hasil bahwa frekuensi dan tingkat presentase kualitas pelayanan pada pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil penelitian ini memiliki jumlah responden sebanyak 113 orang pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim

Malang memperlihatkan adanya 14 orang pelaku usaha (12%) memiliki tingkat kualitas pelayanan yang tinggi, sedangkan ada 81 orang pelaku usaha (72%) yang memiliki tingkat kualitas pelayanan sedang, dan ada sebanyak 18 orang pelaku usaha (16%) yang memiliki tingkat pelayanan rendah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki kategori sedang paling tinggi pada kualitas pelayanan.

Tingkat kualitas pelayanan sedang dapat memperlihatkan bahwa pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat pelayanan yang baik berupa kondisi fisik pada tingkat sedang. Tingkat kualitas pelayanan dalam kategorisasi sedang memperlihatkan bahwa pelaku usaha online memiliki kualitas pelayanan yang baik kepada para konsumen di dalam melakukan transaksi jual-beli barang.

Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan merupakan suatu upaya maupun usaha guna memenuhi kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh konsumen, serta keakuratan pengantar dalam mencukupi harapan yang diinginkan oleh konsumen. Sedangkan dalam (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) kualitas pelayanan sendiri memiliki artian sebagai sesuatu derajat maupun tujuan yang di penuhi oleh karakteristik yang terikat guna memenuhi syarat yang dibutuhkan.

Kualitas pelayanan sendiri adalah tentang bagaimana cara perusahaan menyampaikan layanannya kepada konsumen, sehingga konsumen bisa menilai akan baik atau tidaknya suatu layanan yang di berikan oleh perusahaan. Ketika suatu layanan yang diberikan terhadap konsumen dinilai baik maka hal tersebut dapat menumbuhkan sifat khusus pada dalam diri konsumen yaitu sifat setia dan selalu

bergantung terhadap produk yang dihasilkan maupun yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pada penelitian sebelumnya dalam (Bulan,2016) kualitas pelayanan dapat berpengaruh sifat loyal pada diri konsumen. Dari segi pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Perusahaan tidak kalah bersaing dengan layanan serupa. Pemberian jaminan tepat waktu dalam penerimaan dan jangkauan yang luas memberikan perhatian khusus dalam diri konsumen dalam memilih produk tersebut, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dari pada pesaing namun konsumen memilih merasa dirinya dapat loyal terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau pelaku usaha.

4. Pengaruh Kepercayaan Diri dan Self-Maturity terhadap Kualitas Pelayanan para pelaku bisnis online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Mengacu pada hasil analisis data uji regresi berganda yang menggunakan SPSS 16 *for windows*, dapat diketahui bahwa pengaruh dari kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan memiliki besaran nilai R Square 0.550 sedangkan nilai yang menunjukkan signifikan ($F 67,349$ $p= 0,000 < 0,05$), yang memiliki arti secara stimulan terindikasi adanya tingkat kecenderungan untuk perlakuan kualitas pelayanan konsumen merupakan suatu wujud dari kepercayaan diri dan self-maturity pada para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kepercayaan diri dan self-maturity memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan sebesar 55%.

Hasil analisis dengan metode parial memperlihatkan apabila kepercayaan diri berkontribusi sebesar 19,01% dengan nilai ($\beta=0,422$) dan self-maturity berkontribusi sebesar 35,99% Dengan nilai ($\beta=0,644$). Maka dengan ini dapat

dijelaskan bahwa self-maturity memberikan besaran pengaruh yang lebih besar terhadap kualitas pelayanan konsumen dibandingkan dengan kepercayaan diri terhadap kualitas pelayanan



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah di lakukan dapat diperoleh beberapa kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Tingkat intesitas kualitas pelayanan konsumen dari pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dikategorisasikan menjadi tinggi, sedang dan rendah. Dari seluruh responden yang telah dijadikan sampel sebanyak 113 orang responden, ada sebanyak 14 atau 12% sampel yang berkategori tinggi, sedangkan ada sebanyak 81 atau 72% sampel yang berkategori sedang, dan ada sebanyak 18 atau 16% sampel yang berkategori rendah. Maka dengan itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat intesitas kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ada dalm kategori sedang, yaitu 72%
2. Tingkat intesitas kepercayaan diri dari pelaku usaha online di UIN Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang bisa dikategorisasikan menjadi tiga jenis yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dari seluruh responden yang telah dijadikan sampel terdapat 113 orang responden. Ada sebanyak 16 orang atau 14% sampel yang berkategori tinggi, sedangkan ada sebanyak 76 orang atau 67% sampel yang berkategori sedang, dan ada sebanyak 21 orang atau 19% sampel yang berkategori rendah. Maka dengan itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat intesitas kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ada dalm kategori sedang, yaitu 67%

3. Tingkat intensitas self-maturity dari pelaku usaha online di UIN Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang bisa dikategorisasikan menjadi tiga jenis yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dari seluruh responden yang telah dijadikan sampel terdapat 113 orang responden. Ada sebanyak 9 orang atau 8% sampel yang berkategori tinggi, sedangkan ada sebanyak 86 orang atau 76% sampel yang berkategori sedang, dan ada sebanyak 18 orang atau 16% sampel yang berkategori rendah. Maka dengan itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat intensitas kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ada dalam kategori sedang, yaitu 76%

4. Terdapat adanya pengaruh yang signifikan dari kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, hal ini dilandasi hasil dari regresi berganda antara kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan yang telah mendapat 67,349 dengan memiliki nilai signifikan yaitu 0,000 ($<0,05$). Berdasarkan analisis yang telah diberlakukan secara bersamaan. Kepercayaan diri dan self maturity mempengaruhi kualitas pelayanan konsumen sebesar 55%. Dalam kata lain kepercayaan diri memberikan hasil sebesar 19,01% dan self maturity memberikan hasil sebesar 35,99% terhadap kualitas pelayanan konsumen.

B. Saran

1. Bagi subyek penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui apabila pelayanan diberikan oleh para pelaku usaha online di lingkup mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini sudah bisa dikatakan baik dan memuaskan. Sehingga dapat pula

direkomendasikan bahwa layanan layak bisa dipilih menjadi alternatif berbelanja secara online.

2. Bagi penyedia layanan

Berdasarkan hasil penelitian bentuk Dari kemudahan akses untuk memperoleh layanan perlu ditingkatkan lagi, keramahan pelaku bisnis dalam berkomunikasi baik secara langsung maupun secara online adalah suatu penentu bagi konsumen untuk merasakan terpuaskan oleh layanan yang sedang diberikan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini melalui beberapa faktor lain, karena dalam penelitian ini masih banyak terdapat faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan ke konsumen. Selain itu perlu adanya penelitian berupa variabel lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan konsumen dalam hal berbisnis online agar penelitian yang telah ada dapat dikuatkan

DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. 2007. *Psikologi Kepribadian*. Yogyakarta:umm press.
- Anwar, Q. 2003. *Manajemen Stres Menurut Pandangan Islam*. Jakarta: Kakarta, Al Mawardi Prima.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Asrullah,S dan Amri. 2017. *Pengaruh Kepercayaan diri (self confidence) berbasis kaderisasi imm terhadap prestasi belajar mahasiswa (pengaruh kepercayaan diri) self confidence*, 93.
- Bangkit,K.I. 2016. HubunganmAntara Kepercayaan Diri dengan Prestasi dan Perencanaan Karir Siswa. Psikopedagogia Universitas Ahmad Dahlan. *Vol.5,No.1* 36.
- Darmi, T. H. 2017. Hubungan antara Penyesuaian Diri dan Kontrol Diri dengan Perilaku Delikuen pada siswa SMA Muhammadiyah 1, Jombang . *Psikodimensia, Vol. 16; No. 2, 133*.
- Dewinta, P dan Maria, J. S. 2008. Pengaruh kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya terhadap perilaku merokok siswa kelas x sma negeri 70 jakarta. *ikraith-humaniora.Vol.2, No.2, 103*.
- Dwi, N. 2018. Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget Remaja SMAN 1 Tanah Grogot . *Psikoborneo, 2018, 6 (1) : 211-223 , 216*.
- Fatchurahman, M dan Herlan, P. 2012. Kepercayaan Diri Kematangan Emosi Pola Asuh Orang Tua Demokratis dan Kenakalan Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia, 79*.
- Febriana, G dan Dwityanto, A. 2016. Hubungan Antara Harga Diri dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Muhammadiyah Surakarta, 3*.

- Jamaludin, S. F. 2018. Umur Mental, Kematangan Emosional dan Umur Kronologis Adalah Tiga Hal yang Berbeda. *Intern researcher di mind, brain, and behavior laboratory*.
- Lasmadiarta. 2011. *Facebook Marketing*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Lesmana, A. 2012. *Pengertian dari Macromedia Flash dan Multimedia serta Fungsi-fungsi Penjelasan*, 46.
- Mayara, B. H, Yunniahmah, E, dan Mayangsari, M. D. 2016. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Koformitas pada Remaja. *Ecopsy, Volume 3, Nomor 2, Agustus 2016*, 75.
- Nanang Cendriono, T. E. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Dawet Jabung yang dilihat dari Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 2.
- Nurwanti, W. S. 2016. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding riset* , 48.
- Payne, A. 2001. *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa.*: Andi Yogyakarta.
- Permata, B. S, dan Dwi, P. N. 2016. *Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Menyimpang Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Painan Kabupaten Pesisir Selatan*.
- Ratsja, P. W, dan Nunung, N. n.d. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja. *2442-4480 prosiding ks: riset & pkm*, 48.
- Risqiani, R. R, dan Wikan, W. 2018. Fenomena Penggunaan Media Sosial dan Pengaruh Teman Sebaya pada Generasi Milenial terhadap Keputusan Pembelian. *276 Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 11 No. 2 September 2018* , 276.
- Safko, L. 2009). *The Social Media Bible*.
- Safko, L.(n.d.). *The sicial media bible*.

- Soemanto, W. 2006. *Psikologi Pendidikan Landasan Kerja Pemimpin Pendidikan*. Jakarta: Rineka cipta.
- Sugara, R. Y. 2017. Analisis Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Penggunaan Sistem. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 52 No. 1 November 2017*.
- Sugiyono, P. D. 2015. *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit alfabeta.
- Sunarti, D. A. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Psikologi kepribadian* . Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Tito, S. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity, Vol. 2, No. 1, , hlm 80-86., 84*.
- Wasty, S. 2006. *Psikologi Pendidikan Landasan Kerja Pemimpin Pendidikan*. Jakarta: Rineka cipta.
- Wawan, S. 2017. Era Digital dan Tantangannya . *ISBN.978-602-50088-0-1* , 3.
- Yoebriliant, A. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal manajemen* , 20.
- Yuliati, J. E. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pada JNE Cabang Bandung. *Derema jurnal manajemen vol. 11 no. 2, 266*

LAMPIRAN

Pengaruh Kepercayaan Diri dan Tingkat Kedewasaan terhadap Kualitas Pelayanan konsumen *bisnis online* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang di era industri 4.0

Irfansyah, Ahmad Hari, Rika Fuaturosida, S.Psi, MA Fakultas Psikologi,
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. UIN Malang, JL.
Gajahyana No.50, Kel. Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota. Malang

Email : ahmadhariirfansyah@gmail.com

Abstrak

Bisnis online adalah kegiatan bisnis yang dilakukan di dunia maya dengan bantuan internet. Menjalankan bisnis online memerlukan media online sebagai wahana berbisnis. Bisnis online adalah bisnis potensial yang dapat diaplikasikan pada setiap usaha. Pada bisnis online di perlukan strategi dagang sendiri oleh para pelaku usaha guna untuk menarik konsumen dan pelayanan yang memuaskan. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang menjalani usaha bisnis online.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui intensitas, kepercayaan diri, self-maturity, terhadap kualitas pelayanan konsumen bisnis online pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang di era industri 4.0. penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan subyek mahasiswa atau mahasiswi yang aktif menempuh pendidikan dan mempunyai usaha utamanya pada bidang online di Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang dengan batasan umur 17-22 tahun. Penelitian ini menggunakan tiga skala. Kepercayaan diri, Self-maturity dan Kualitas pelayanan. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kepercayaan dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas kepercayaan diri ada pada tingkat kategori sedang yang memiliki presentase sebesar 67%, self-maturity ada pada tingkat kategori sedang yang memiliki presentase sebesar 76% dan kualitas pelayanan pada kategori sedang yang memiliki presentase sebesar 72%. Hasil dari uji hipotesis memperlihatkan adanya pengaruh pada kepercayaan diri dan kedewasaan terhadap kualitas pelayanan dengan presentase 55%. Dalam kata lain kepercayaan diri berpengaruh pada kualitas pelayanan dengan presentase 19,01% dan tingkat kedewasaan mempengaruhi tingkat pelayanan dengan presentase 35,99% terhadap kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kepercayaan Diri, Tingkat Kedewasaan, Kualitas pelayanan, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

1. Latar Belakang

D. LATAR BELAKANG

Segala aspek mengalami perubahan begitu sangat cepat pada era globalisasi hal ini ditandai dengan munculnya teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Era globalisasi ini ditandai dengan adanya perkembangan internet dan

berbagai macam sosial media yang di tawarkan di dalamnya yang bisa membantu kegiatan akses informasi dan eksistensi diri. Kemajuan peradaban pada saat ini juga membawa dampak pada perilaku manusia itu sendiri di mana dulu dalam pencarian informasi masih menggunakan media elektronik dan media cetak seperti halnya televisi, radio, dan surat kabar. Media sosial pada sekarang ini banyak digunakan pada kalangan masyarakat sebagai tempat bisnis di dengan pemanfaatan jaringan pertemanan yang sangat luas ini terelbih pada golongan mahasiswa.

Wawancara telah dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah menjelaskan beberapa hasil respon tentang pemanfaatan jejaring media sosial untuk tempat usaha yang bergerak pada bidang online dengan memaarkan berbagai macam produk hal ini harus didasari dengan rasa kepercayaan diri oleh para pelaku usaha karena mereka dituntut harus bisa menyakinkan para konsumen.

Hal tersebut menguatkan peneliti untuk menerapkan pengujian terhadap variabel kepercayaan diri dan tingkat kedewasaan terhadap kualitas pelayanan pada bisnis online di kalangan mahasiswa

2. Kajian teori

Kepercayaan diri merupakan salah satu syarat yang esensial bagi individu untuk mengembangkan aktivitas dan kreativitas sebagai cara untuk mencapai prestasi. Akan tetapi rasa percaya diri tidak akan muncul dengan sendirinya, melainkan rasa percaya diri tumbuh dari proses interaksi yang sehat di lingkungan sosial individu dan berlangsung secara kontinu dan terus berkesinambungan. Rasa percaya diri tidak dapat muncul secara begitu saja pada diri individu akan tetapi ada proses

tertentu di dalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri (Hakim. 2002)

Tingkat kedewasaan

Tingkat kedewasaan adalah kemampuan remaja dalam mengekspresikan sebuah emosi secara tepat dan benar dengan pengendalian diri, mempunyai kemandirian, mempunyai konsekuensi diri, serta memiliki penerimaan diri yang tinggi. Pengendalian diri adalah kemampuan dalam mempertahankan dorongan emosi, serta mampu memahami emosi diri dan untuk diarahkan kepada tindakan-tindakan positif. Kemandirian adalah kemampuan seseorang untuk tidak selalu ketergantungan terhadap orang lain.

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainya dalam mengimbangi harapan konsumen menurut (Tjipto 2016)

3. Metode Penelitian

sampel penelitian, namun yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* pengertiannya adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Sampel penelitian ini adalah 20% dari jumlah populasi

Skala kepercayaan diri

Menurut Mardatilah (2016) seseorang yang memiliki kepercayaan diri memiliki beberapa ciri-ciri

Mengenal dengan baik kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya lalu mengembangkan potensi yang ada pada dirinya, Membuat standar atas pencapaian atas pencapaian tujuan hidup dan memberikan reward atas apa pencapaian yang telah ia dapatkan, Tidak menyalahkan orang lain atas kesalahannya atau kegagalannya akan tetapi lebih introspeksi diri sendiri, Mampu mengatasi perasaan tertekan, kecewa dan rasa tidak mampuan yang melandanya, Mampu mengatasi rasa kecemasan yang ada pada dirinya, Tenang dalam menjalankan dan menghadapi segala sesuatunya, Berfikir positif, Maju terus tanpa harus menoleh kebelakang

Skala tingkat kedewasaan

Konsep Diri terbentuknya kepercayaan diri pada individu diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulan, Harga Diri penilaian yang dilakukan terhadap dirinya, Kondisi Fisik penampilan fisik merupakan penyebab utama rendahnya harga diri dan percaya diri seseorang, Pengalaman Hidup pengalaman yang menyedihkan seringkali menimbulkan rasa rendah diri

Skala kualitas pelayanan

Menurut Irawan (2017) ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: Tangible (bukti fisik), Reliability (kehandalan), Responsiveness (tanggapan), Assurance (jaminan), Empathy (empati).

4. Analisis Data

Uji normalitas digunakan dengan bantuan dari aplikasi SPSS 16 for windows. Uji normalitas di dalam penelitian ini memakai metode *Skewness Kurtosis Test* dengan

memfokuskan pada hasil hitung nilai output. Jika nilai dari signifikan adalah $>0,05$, maka data dapat dikatakan terdistribusi dengan normal dan jika nilai dari signifikan $<0,05$, maka data tidak dapat dikatakan terdistribusi dengan normal. Hal ini uji dari normalitas

Uji hipotesis di dalam penelitian ini dilaksanakan guna melihat ada atau tidak adanya pengaruh antara kepercayaan diri dan self-maturity pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam penelitian ini, pengguna analisis regresi linear berganda yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS 16 for windows bahwa kepercayaan diri dan self-maturity memiliki sebuah pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hasil uji regresi memperoleh sebuah hasil $F = 67.349$ dengan tingkat signifikan $0,000$ ($p < 0,05$) yang memiliki sebuah arti bahwa pengaruh yang diperoleh adalah sangat signifikan. Maka, kesimpulannya yang dapat diperoleh di dalam penelitian ini yaitu jika hipotesis mayor pada penelitian ini diterima. Hal ini memiliki arti bahwa adanya sebuah pengaruh antara kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan pada pelaku usaha bisnis online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Presentase pengaruh antara kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan pada pelaku usaha bisnis online

diperoleh sebuah hasil bahwa koefisien determinan yang dapat ditunjukkan dengan nilai $R^2 = 0.550$ sama dengan 55% . Hasil yang telah diperoleh ini menyimpulkan bahwa terdapat adanya pengaruh sebesar 55% antara kepercayaan diri dan self maturity terhadap kualitas pelayanan konsumen. Adapun 45% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. PEMBAHASAN

1. Intesitas kepercayaan Diri pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Terdapat suatu hasil bahwa frekuensi dan tingkat prosentase kepercayaan diri pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berkategori sedang. Dari hasil penelitian sendiri yang memiliki responden sebanyak 113 orang pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memperlihatkan adanya 16 orang pelaku usaha (14%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Sedangkan ada 76 orang pelaku usaha (67%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang sedang. Dan ada sebanyak 21 orang pelaku usaha (19%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah. Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki kategori sedang pada tingkat kepercayaan diri.

Tingkat kepercayaan diri sedang dapat memperlihatkan bahwa para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki rasa percaya diri terhadap menawarkan barang dan berkomunikasi ke konsumen pada tingkat sedang. Tingkat kepercayaan diri yang dalam kategorisasi sedang memperlihatkan bahwa rasa kepercayaan diri pada individu pelaku usaha online ini baik karena rasa kepercayaan diri yang dimiliki pelaku usaha online dapat mempengaruhi keputusan pada diri konsumen untuk jadi membeli produk yang dipasarkan.

Kepercayaan diri adalah salah satu aspek kepribadian yang pada umumnya berbentuk keyakinan akan kemampuan diri seseorang sehingga tidak ada

pengaruhnya oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai dengan kehendak, gembira, optimis, cukup toleran, dan bertanggung jawab (Ghufron dan Risnawat, 2010)

Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh (Sugara, 2017) tentang analisis kepercayaan diri dan kepuasan terhadap pengguna transaksi jual beli online” dan dari penelitian tersebut di dapatkan hasil yang positif antara kepercayaan diri terhadap transaksi jual beli online.

3. Intesitas *Self-Maturity* pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Terdapat suatu hasil bahwa frekuensi dan tingkat presentase *self-maturity* pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berkategori sedang. Hasil dari penelitian ini sendiri yang memiliki responden sebanyak 113 orang pelaku usaha (9%) memiliki tingkat *self-maturity* yang tinggi, sedangkan ada 86 orang pelaku usaha (76%) memiliki tingkat *self-maturity* yang sedang, dan ada sebanyak 18 orang pelaku usaha (18%) yang memiliki tingkat *self-maturity* yang rendah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dapat diketahui bahwa para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki kategori sedang pada tingkat *self-maturity*.

Tingkat *self-maturity* sedang dapat memperlihatkan bahwa pelaku usaha online usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat puas pada kondisi fisik pada tingkat sedang. Tingkat *self-maturity* yang dalam kategori sedang memperlihatkan bahwa para pelaku usaha online memiliki tingkat kedewasaan

yang baik terlebih di dalam hal kesabaran dalam menghadapi konsumen yang memiliki berbagai macam karakter berbeda.

Menurut Allport, penentu utama tingkah laku dewasa yang masak adalah sperangkat sifat (trait) yang teroganisir dan seimbang, yang mengawali dan membingbing tingkah laku sesuai dengan prinsip otonomi fungsional. Tekait dengan umur beliau juga menyatakan bahwa semua orang yang dewasa mencapai maturitas sepenuhnya. Tingkat seberapa besarnya fikiran dan keinginan suatu individu sadar memngambil alih motivasai tak sadar, dan tingkat seberapa jauh trait bebasa dari asalnya yang kekanak-kanakan adalah ukuran kehormatan dan kemasakan seseorang (dalam alwisol, 2007)

Setiap individu memiliki pertumbuhan dan tugas perkembangan yang harus dilaluinya. Individu yang mencapai usaha dewasa biasanya akan berusaha mencapai tingkat kematangan sehingga memiliki ciri-ciri tertentu. Kematangan juga bisa didefinisikan sebagai kesiapan individu dalam melaksanakan tugas-tugas perkembangan tertentu dan kemampuan untuk berfungsi dalam tingkat yang lebih tinggi sebagai hasil pertumbuhan

3. Intesitas Kualitas Pelayanan pada pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah di lakukan,terdapat suatu hasil bahwa frekuensi dan tingkat presentase kualitas pelayanan pada pada pelaku usaha jual beli online dengan pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil penelitian ini memiliki jumlah responden sebanyak 113 orang pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim

Malang memperlihatkan adanya 14 orang pelaku usaha (12%) memiliki tingkat kualitas pelayanan yang tinggi, sedangkan ada 81 orang pelaku usaha (72%) yang memiliki tingkat kualitas pelayanan sedang, dan ada sebanyak 18 orang pelaku usaha (16%) yang memiliki tingkat pelayanan rendah. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki kategori sedang paling tinggi pada kualitas pelayanan.

Tingkat kualitas pelayanan sedang dapat memperlihatkan bahwa pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat pelayanan yang baik berupa kondisi fisik pada tingkat sedang. Tingkat kualitas pelayanan dalam kategorisasi sedang memperlihatkan bahwa pelaku usaha online memiliki kualitas pelayanan yang baik kepada para konsumen di dalam melakukan transaksi jual-beli barang.

Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan merupakan suatu upaya maupun usaha guna memenuhi kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh konsumen, serta keakuratan pengantar dalam mencukupi harapan yang diinginkan oleh konsumen. Sedangkan dalam (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) kualitas pelayanan sendiri memiliki artian sebagai sesuatu derajat maupun tujuan yang di penuhi oleh karakteristik yang terikat guna memenuhi syarat yang dibutuhkan.

Kualitas pelayanan sendiri adalah tentang bagaimana cara perusahaan menyampaikan layanannya kepada konsumen, sehingga konsumen bisa menilai akan baik atau tidaknya suatu layanan yang di berikan oleh perusahaan. Ketika suatu layanan yang diberikan terhadap konsumen dinilai baik maka hal tersebut dapat menumbuhkan sifat khusus pada dalam diri konsumen yaitu sifat setia dan selalu

bergantung terhadap produk yang dihasilkan maupun yang ditawarkan oleh perusahaan.

Pada penelitian sebelumnya dalam (Bulan,2016) kualitas pelayanan dapat berpengaruh sifat loyal pada diri konsumen. Dari segi pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Perusahaan tidak kalah bersaing dengan layanan serupa. Pemberian jaminan tepat waktu dalam penerimaan dan jangkauan yang luas memberikan perhatian khusus dalam diri konsumen dalam memilih produk tersebut, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dari pada pesaing namun konsumen memilih merasa dirinya dapat loyal terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau pelaku usaha.

4. Pengaruh Kepercayaan Diri dan Self-Maturity terhadap Kualitas Pelayanan para pelaku bisnis online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Mengacu pada hasil analisis data uji regresi berganda yang menggunakan SPSS 16 *for windows*, dapat diketahui bahwa pengaruh dari kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan memiliki besaran nilai R Square 0.550 sedangkan nilai yang menunjukkan signifikan ($F = 67,349$ $p = 0,000 < 0,05$), yang memiliki arti secara stimulan terindikasi adanya tingkat kecenderungan untuk perlakuan kualitas pelayanan konsumen merupakan suatu wujud dari kepercayaan diri dan self-maturity pada para pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kepercayaan diri dan self-maturity memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan sebesar 55%.

Hasil analisis dengan metode parial memperlihatkan apabila kepercayaan diri berkontribusi sebesar 19,01% dengan nilai ($\beta = 0,422$) dan self-maturity berkontribusi sebesar 35,99% Dengan nilai ($\beta = 0,644$). Maka dengan ini dapat

dijelaskan bahwa self-maturity memberikan besaran pengaruh yang lebih besar terhadap kualitas pelayanan konsumen dibandingkan dengan kepercayaan diri terhadap kualitas pelayanan



6. Kesimpulan

Tingkat intensitas kualitas pelayanan konsumen dari pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dikategorisasikan menjadi tinggi, sedang dan rendah. Dari seluruh responden yang telah dijadikan sampel sebanyak 113 orang responden, ada sebanyak 14 atau 12% sampel yang berkategori tinggi, sedangkan ada sebanyak 81 atau 72% sampel yang berkategori sedang, dan ada sebanyak 18 atau 16% sampel yang berkategori rendah. Maka dengan itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat intensitas kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ada dalam kategori sedang, yaitu 72%

Tingkat intensitas kepercayaan diri dari pelaku usaha online di UIN Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang bisa dikategorisasikan menjadi tiga jenis yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dari seluruh responden yang telah dijadikan sampel terdapat 113 orang responden. Ada sebanyak 16 orang atau 14% sampel yang berkategori tinggi, sedangkan ada sebanyak 76 orang atau 67% sampel yang berkategori sedang, dan ada sebanyak 21 orang atau 19% sampel yang berkategori rendah. Maka dengan itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat intensitas kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ada dalam kategori sedang, yaitu 67%

Tingkat intensitas self-maturity dari pelaku usaha online di UIN Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang bisa dikategorisasikan menjadi tiga jenis yaitu tinggi, sedang dan rendah. Dari seluruh responden yang telah dijadikan sampel terdapat 113 orang responden. Ada sebanyak 9 orang atau 8% sampel yang berkategori tinggi, sedangkan ada sebanyak 86 orang atau 76% sampel yang berkategori sedang, dan ada

sebanyak 18 orang atau 16% sampel yang berkategori rendah. Maka dengan itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa tingkat intensitas kualitas pelayanan pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ada dalam kategori sedang, yaitu 76%

Terdapat adanya pengaruh yang signifikan dari kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan pada pelaku usaha online di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, hal ini dilandasi hasil dari regresi berganda antara kepercayaan diri dan self-maturity terhadap kualitas pelayanan yang telah mendapat 67,349 dengan memiliki nilai signifikan yaitu 0,000 ($<0,05$). Berdasarkan analisis yang telah diberlakukan secara bersamaan. Kepercayaan diri dan self maturity mempengaruhi kualitas pelayanan konsumen sebesar 55%. Dalam kata lain kepercayaan diri memberikan hasil sebesar 19,01% dan self maturity memberikan hasil sebesar 35,99% terhadap kualitas pelayanan konsumen.

C. Saran

Bagi subyek penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui apabila pelayanan diberikan oleh para pelaku usaha online di lingkup mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini sudah bisa dikatakan baik dan memuaskan. Sehingga dapat pula direkomendasikan bahwa layanan layak bisa dipilih menjadi alternatif berbelanja secara online.

Bagi penyedia layanan

Berdasarkan hasil penelitian bentuk dari kemudahan akses untuk memperoleh layanan perlu ditingkatkan lagi, keramahan pelaku bisnis dalam berkomunikasi baik secara langsung maupun secara online adalah suatu penentu bagi konsumen untuk merasakan terpenuhi oleh layanan yang sedang diberikan.

Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini melalui beberapa faktor lain, karena dalam penelitian ini masih banyak terdapat faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan ke konsumen. Selain itu perlu adanya penelitian berupa variabel lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan konsumen dalam hal berbisnis online agar penelitian yang telah ada dapat dikuatkan

7.

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS SKALA KEPERCAYAAN DIRI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	17

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	49.83	21.385	.375	.711
VAR00002	49.70	20.424	.612	.690
VAR00003	49.73	20.271	.652	.687
VAR00004	49.97	18.861	.853	.663
VAR00005	51.07	26.961	-.475	.783
VAR00006	49.80	20.372	.492	.698
VAR00007	49.73	21.513	.367	.712
VAR00008	49.60	21.214	.506	.702
VAR00009	49.63	21.482	.528	.703
VAR00010	49.63	21.689	.414	.710
VAR00011	49.70	20.148	.666	.685
VAR00012	50.00	21.034	.354	.713
VAR00013	49.77	21.771	.430	.709
VAR00014	49.80	21.821	.295	.719
VAR00015	50.30	21.666	.191	.736
VAR00016	51.13	28.947	-.610	.813
VAR00017	49.67	21.057	.547	.699

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS SKALA SELF-MATURITY

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	29	96.7
	Excluded ^a	1	3.3
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	77.24	44.333	.577	.750
VAR00002	77.10	44.596	.682	.749
VAR00003	77.14	47.552	.236	.768
VAR00004	78.07	50.924	-.147	.800
VAR00005	77.00	47.357	.191	.771
VAR00006	77.83	42.791	.472	.753
VAR00007	76.93	45.495	.516	.755
VAR00008	76.86	47.195	.341	.764
VAR00009	76.90	45.596	.447	.758
VAR00010	77.07	44.852	.630	.751
VAR00011	77.00	46.214	.425	.760
VAR00012	78.24	50.118	-.083	.788
VAR00013	77.14	46.052	.426	.759
VAR00014	77.17	43.433	.651	.745
VAR00015	78.10	49.167	.015	.780
VAR00016	76.83	45.648	.502	.756
VAR00017	77.10	45.525	.433	.758
VAR00018	77.07	47.067	.251	.768
VAR00019	77.41	49.966	-.067	.786
VAR00020	77.34	45.520	.401	.759
VAR00021	77.10	46.453	.365	.762
VAR00022	76.90	45.453	.521	.755
VAR00023	77.28	45.064	.567	.753
VAR00024	78.52	51.116	-.165	.795
VAR00025	77.24	43.547	.530	.750

VAR00026	77.76	47.547	.099	.781
----------	-------	--------	------	------



HASIL UJI VALIDITAS REABILITAS SKALA KUALITAS PELAYANAN

KONSUMEN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

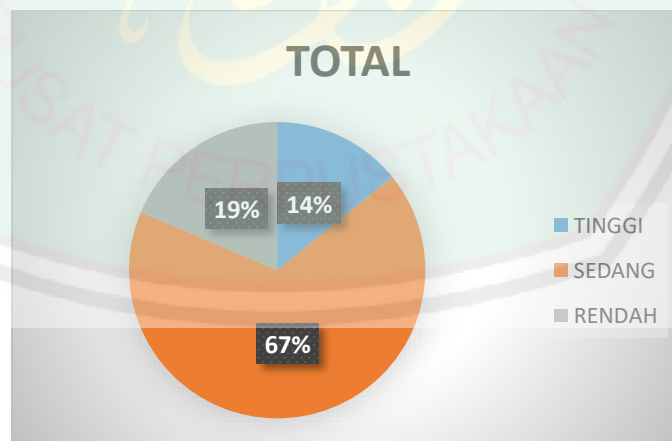
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	66.17	76.764	.594	.952
VAR00002	66.23	74.185	.831	.949
VAR00003	66.10	75.403	.788	.950
VAR00004	66.13	75.292	.658	.951
VAR00005	65.93	77.651	.448	.954
VAR00006	66.10	75.679	.672	.951
VAR00007	66.10	76.645	.649	.952
VAR00008	66.23	73.702	.735	.950
VAR00009	66.20	75.200	.702	.951
VAR00010	66.03	75.482	.609	.952
VAR00011	66.10	76.369	.679	.951
VAR00012	66.13	73.085	.799	.949
VAR00013	66.20	73.545	.868	.949
VAR00014	66.10	74.231	.744	.950
VAR00015	66.07	75.995	.628	.952
VAR00016	66.20	73.959	.827	.949
VAR00017	65.97	77.068	.642	.952
VAR00018	66.10	75.817	.597	.952
VAR00019	66.00	77.241	.630	.952
VAR00020	65.87	77.292	.536	.953
VAR00021	66.03	74.171	.798	.949

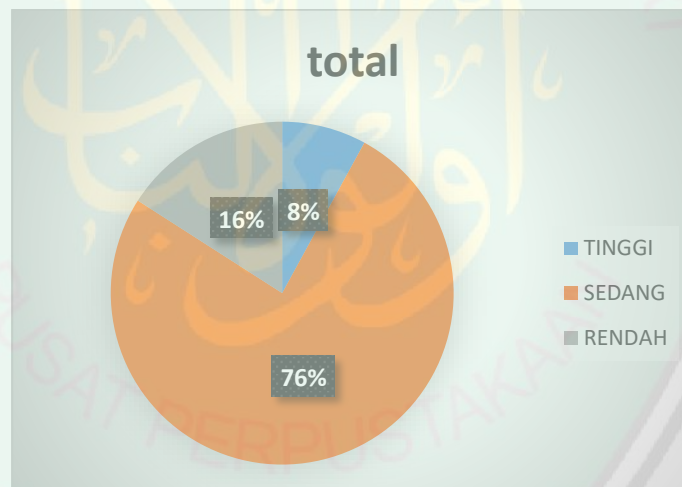
HASIL UJI DESKRIPSI SKALA KEPERCAYAN DIRI

Kategori	frekuensi	kategori
Rendah	21	42
Sedang	76	43-51
Tinggi	16	>52
Total	113	



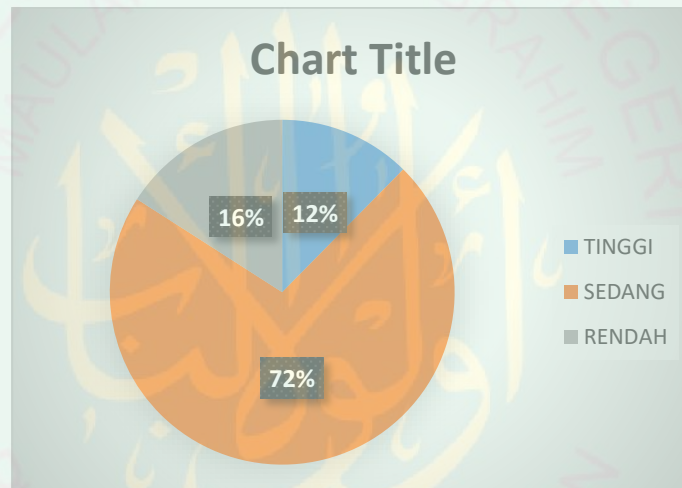
HASIL UJI DESKRIPSI SKALA SELF-MATURITY

Kategori	frekuensi	kategori
Rendah	18	71
Sedang	86	72-79
Tinggi	9	>81
Total	113	



HASIL UJI DESKRIPSI SKALA KUALITAS PELAYANAN

Kategori	frekuensi	Kategori
Rendah	18	60
Sedang	81	61-70
Tinggi	14	>71
Total	113	



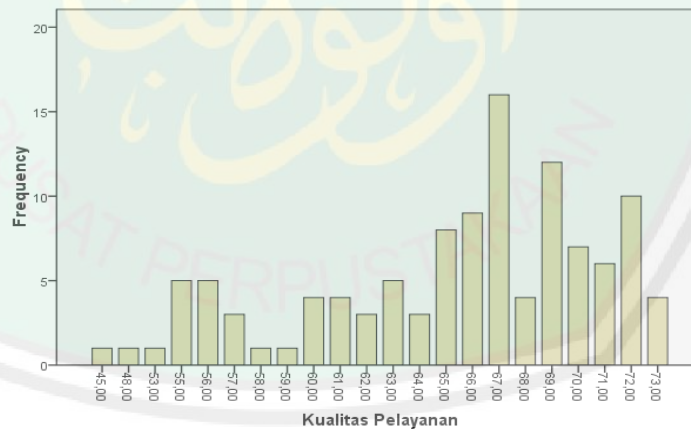
HASIL UJI ASUMSI VARIABEL PENELITIAN

1. UJI NORMALITAS

Statistics

		Self Maturity	Kualitas Pelayanan	Kepercayaan diri
N	Valid	113	113	113
	Missing	0	0	0
Skewness		-1.028	-1.023	-.431
Std. Error of Skewness		.227	.227	.227
Kurtosis		.292	.869	.432
Std. Error of Kurtosis		.451	.451	.451

Kualitas Pelayanan



2. UJI LINEARITAS

3. ANOVA Table

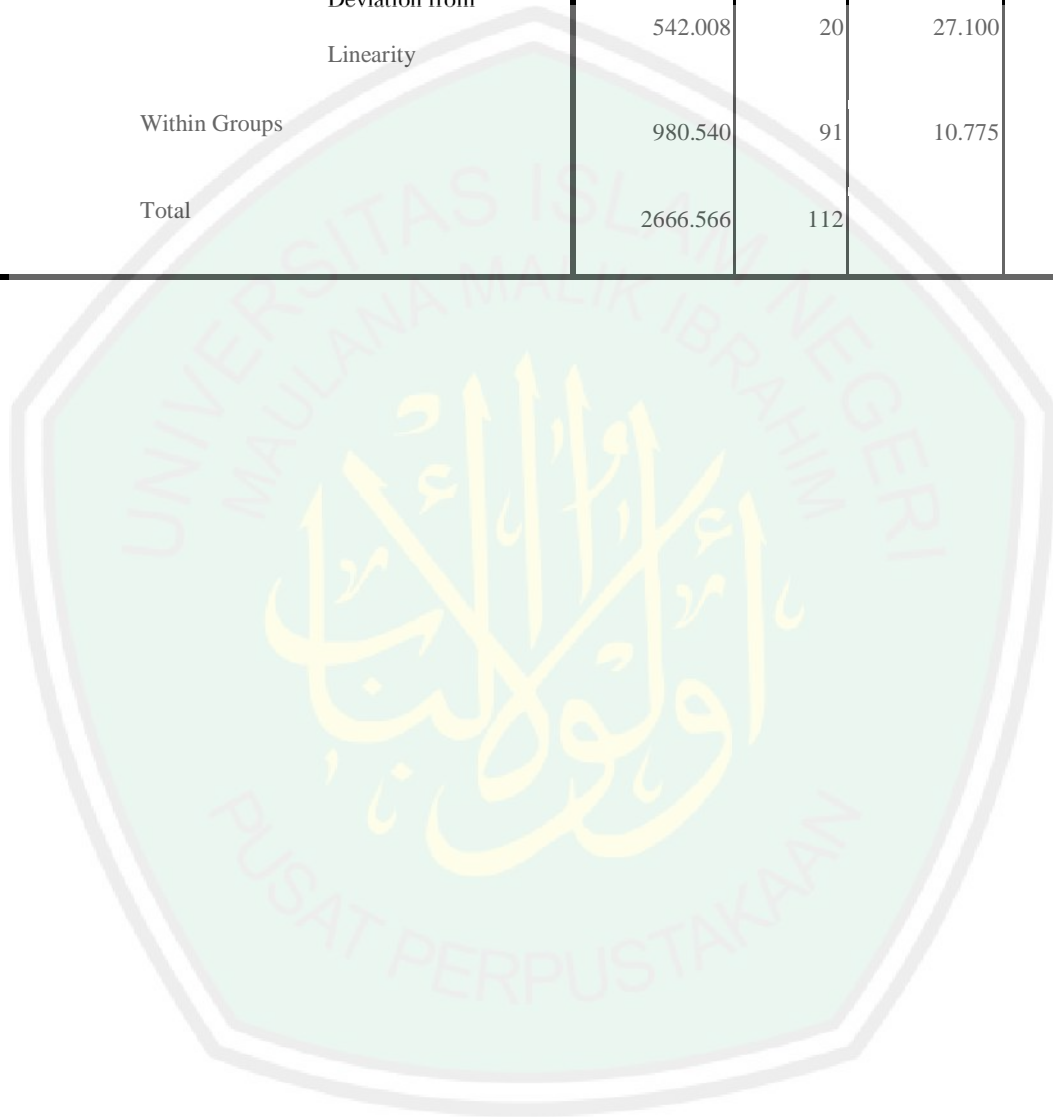
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan diri * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	1264.929	21	60.235	3.768	.000
		Deviation from Linearity	744.155	1	744.155	46.547	.000
	Within Groups		520.774	20	26.039	1.629	.062
	Total		1454.841	91	15.987		
			2719.770	112			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepercayaan diri * Kualitas Pelayanan	.523	.274	.682	.465

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Self Maturity *	Between Groups	(Combined)	1686.026	21	80.287	7.451	.000
Kualitas		Linearity	1144.018	1	1144.018	106.172	.000
Pelayanan		Deviation from Linearity	542.008	20	27.100	2.515	.002
	Within Groups		980.540	91	10.775		
	Total		2666.566	112			



**HASIL UJI REGRESI PENELITIAN SKALA KUALITAS PELAYANAN,
KEPERCAYAAN DIRI, DAN SELF-MATURITY**

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Self_maturity, Kepercayaan_diri ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kualitas_Pelayanan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.542	3.865

a. Predictors: (Constant), Self_maturity, Kepercayaan_diri

b. Dependent Variable: Kualitas_Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2012.588	2	1006.294	67.349	.000 ^a
	Residual	1643.571	110	14.942		
	Total	3656.159	112			

a. Predictors: (Constant), Self_maturity, Kepercayaan_diri

b. Dependent Variable: Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.533	6.019		-.587	.558
	Kepercayaan_diri	.422	.077	.364	5.451	.000
	Self_maturity	.644	.078	.550	8.231	.000

a. Dependent Variable: Kualitas_Pelayanan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	53.28	73.10	65.31	4.239	113
Residual	-15.580	8.439	.000	3.831	113
Std. Predicted Value	-2.838	1.839	.000	1.000	113
Std. Residual	-4.030	2.183	.000	.991	113

**Keseluruhan item
variabel kepercayaan diri**

No	Nama	Umur	Angkatan	Prodi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	Jumlah	kategori
1	apriani awianti	23	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TINGGI
2	nila koirur rosida	19	2019	akutansi	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	49	SEDANG
3	andriyan fahruts	21	2015	manajamen	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	54	TINGGI
4	ninda sulistiani	23	2016	ekonomi	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	SEDANG
5	maratul muslimah	21	2015	manajemen	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	49	SEDANG
6	anisa wulandari	22	2015	ekonomi	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	TINGGI
7	nuralitama cindy	22	2015	PAI	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	47	SEDANG
8	muhamad khoirul anam	22	2015	Sejarah	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	43	SEDANG
9	elly ana susanti	23	2016	ekonomi	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	44	SEDANG
10	nikmah	23	2015	Fisika	3	4	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	2	37	RENDAH
11	dwi rahayu	21	2015	ekonomi	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	45	SEDANG
12	citra putri	22	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	51	SEDANG
13	faridatul	22	2015	ekonomi	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	48	SEDANG
14	bintang syahrir ridwan	23	2015	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	48	SEDANG

15	tarista	22	2015	akutansi	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	44	SEDANG
16	pasca fajar sarjana	22	2015	akutansi	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	48	SEDANG
17	corina	22	2015	psikologi	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	49	SEDANG
18	tri heny indriyani	22	2015	akutansi	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	48	SEDANG
19	imam nurkolis	23	2015	manajemen	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	47	SEDANG
20	anggi NS	23	2015	akutansi	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	47	SEDANG
21	heri endis susilo	23	2015	manajemen	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	49	SEDANG
22	era megawati	23	2015	akutansi	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	51	SEDANG
23	iza mn	22	2015	akutansi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
24	anis	22	2015	psikologi	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	43	SEDANG
25	quratul ayun	22	2015	Hukum	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TINGGI
26	diva	21	2015	psikologi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
27	diena annisa	25	2015	akutansi	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	50	SEDANG
28	raden mas zulfikar	19	2018	akutansi	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	SEDANG
29	tyas	22	2015	matematika	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	SEDANG
30	fitri nabela	22	2015	psikologi	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	40	RENDAH
31	fajar jamila	23	2015	psikologi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	41	RENDAH
32	wiki	21	2017	akutansi	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	43	SEDANG
33	hakkari	21	2015	psikologi	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	RENDAH
34	amang abror	22	2015	psikologi	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	44	SEDANG
35	siti koiriah	19	2018	akutansi	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	49	SEDANG
36	yogi	23	2015	psikologi	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	48	SEDANG
37	fatmila	22	2015	akutansi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
38	romi	23	2015	psikologi	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	48	SEDANG
39	dhivio	22	2016	psikologi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	45	SEDANG
40	rosihan fauzy	23	2015	manajemen	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	48	SEDANG

69	lukman hakim	23	2015	manajemen	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	45	SEDANG
70	diki arizafran	22	2016	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
71	nadila	22	2016	akutansi	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	TINGGI
72	alya	22	2015	ekonomi	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	47	SEDANG
73	yogi prima	23	2015	akutansi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
74	miftakhul fauzi	22	2015	manajemen	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	RENDAH
75	mohamad arifin	22	2015	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
76	feri setyawan	21	2016	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
77	tyas	22	2015	manajemen	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
78	stevani	22	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TINGGI
79	erlina primadewi	22	2015	akutansi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TINGGI
80	rahmadanita angaraini	22	2015	manajemen	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	49	SEDANG	
81	anisatul fitria	22	2015	manajemen	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TINGGI
82	astrid	22	2015	ekonomi	3	3	4	2	3	1	3	1	3	1	2	3	3	2	34	RENDAH	
83	reza arjuna	22	2015	ekonomi	3	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	43	SEDANG	
84	reno prasetyo	23	2015	akutansi	2	1	4	3	4	3	2	4	3	2	2	1	2	2	35	RENDAH	
85	ussman	22	2015	ekonomi	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54	TINGGI	
86	jalu bima arwita	22	2016	ekonomi	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	46	SEDANG	
87	wahyu andriawan	23	2016	manajemen	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	2	3	43	SEDANG	
88	arif setyiawan	22	2015	teknik informatika	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	53	TINGGI	
89	daniel sulistiani	22	2015	AS	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	47	SEDANG	

90	mohamad nadawi	23	2015	akutansi	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	3	41	RENDAH
91	alvi syaiku kamalia	23	2016	manajemen	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	41	RENDAH
92	sofyan agung	22	2015	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	RENDAH
93	aris setyo wibwo	23	2015	ekonomi	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	46	SEDANG
94	bayu setyiawan	23	2015	akutansi	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	SEDANG
95	heny kurniawan	23	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	TINGGI
96	wahyu kuncoro	22	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	53	TINGGI
97	andi syahertianto	23	2015	ekonomi	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	52	SEDANG
98	ary firmansyah	22	2015	akutansi	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	51	SEDANG
99	muntikatus solikhah	23	2016	ekonomi	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	46	SEDANG
100	meika ayusaputri	22	2015	ekonomi	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	50	SEDANG
101	yolanda	23	2015	ekonomi	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	47	SEDANG
102	dimas amboro	22	2016	manajemen	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	50	SEDANG
103	armansyah kuasa	22	2015	manajemen	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	47	SEDANG
104	khoirul anam	22	2016	akutansi	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	51	SEDANG
105	tifa alfanandy	21	2015	psikologi	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	46	SEDANG
106	ade agus prasetyo	22	2015	akutansi	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46	SEDANG

107	nurkholis imam arbai	23	2016	manajemen	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	50	SEDANG
108	nadlif	22	2015	PAI	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	48	SEDANG
109	surya	22	2015	akutansi	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	49	SEDANG
110	mohamad abdu	23	2015	ekonomi	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	50	SEDANG
111	irma diana wati	22	2015	MANAJE MEN	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	51	SEDANG
112	rony setyawan	22	2015	ekonomi	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	32	RENDAH
113	imam roziki	23	2016	akutansi																



Keseluruhan item

Variabel Self-maturity

N0	Nama	U	Angk atan	Jurusa n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	jumlah	kategori	
1	apriani awianti	2 3	2016	ekono mi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	82	TINGGI	
2	nila koirur rosida	1 9	2019	akuta nsi	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	70	RENDAH	
3	andriya n fahruts	2 1	2015	manaj amen	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	81	SEDANG	
4	ninda sulistia ni	2 3	2016	ekono mi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	65	RENDAH	
5	maratul muslim ah	2 1	2015	manaj emen	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	75	SEDANG	
6	anisa wuland ari	2 2	2015	ekono mi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	83	TINGGI	
7	nuralita ma cindy	2 2	2015	PAI	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	66	RENDAH
8	muham ad khoirul anam	2 2	2015	sejara h	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	77	SEDANG
9	elly ana susanti	2 3	2016	ekono mi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	67	RENDAH

10	nikmah	2 3	2015	fisika	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	64	RENDAH
11	dwi rahayu	2 1	2015	ekono mi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	65	RENDAH
12	citra putri	2 2	2015	ekono mi	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	SEDANG
13	Faridat ul	2 2	2015	ekono mi	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	75	SEDANG
14	bintang syahrir ridwan	2 3	2015	ekono mi	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	73	SEDANG
15	tarista	2 2	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	65	RENDAH
16	pasca fajar sarjana	2 2	2015	akuta nsi	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	72	SEDANG
17	corina	2 2	2015	psikol ogi	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	78	SEDANG
18	tri heny indriya ni	2 2	2015	akuta nsi	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	71	SEDANG
19	imam nurkoli s	2 3	2015	manaj emen	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	77	SEDANG
20	anggi NS	2 3	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	71	SEDANG
21	heri endis susilo	2 3	2015	manaj emen	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	81	SEDANG
22	era megaw ati	2 3	2015	akuta nsi	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	77	SEDANG

23	iza mn	2 2	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	66	RENDAH
24	anis	2 2	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	66	RENDAH
25	quratul ayun	2 2	2015	huku m	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	82	TINGGI
26	Diva	2 1	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	65	RENDAH
27	diena annisa	2 5	2015	akuta nsi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	81	SEDANG
28	raden mas zulfikar	1 9	2018	akuta nsi	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	79	SEDANG
29	Tyas	2 2	2015	mate matik a	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	64	RENDAH	
30	fitri nabela	2 2	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	67	RENDAH	
31	fajar jamila	2 3	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	68	RENDAH	
32	Wiki	2 1	2017	akuta nsi	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	65	RENDAH
33	hakkari	2 1	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76	SEDANG
34	amang abror	2 2	2015	psikol ogi	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	75	SEDANG
35	siti koiriah	1 9	2018	akuta nsi	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	69	RENDAH
36	Yogi	2 3	2015	psikol ogi	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	79	SEDANG
37	fatmila	2 2	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	66	RENDAH

38	romi	2 3	2015	psikologi	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	79	SEDANG	
39	dhivio	2 2	2016	psikologi	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	79	SEDANG
40	rosihan fauzy	2 3	2015	manajemen	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	76	SEDANG
41	awanda weka	2 5	2015	manajemen	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	80	SEDANG
42	ahmad sahrul	2 3	2015	manajemen	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	70	RENDAH
43	mirza amir	2 3	2015	psikologi	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	77	SEDANG
44	aufa dina	2 0	2017	ekonomi	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	76	SEDANG
45	hlen isti	2 2	2016	ekonomi	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	77	SEDANG
46	nilna mauna	2 3	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84	TINGGI
47	mohamad sabri	2 3	2016	ekonomi	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	81	SEDANG
48	ibrazka rasdan	2 2	2016	ekonomi	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	76	SEDANG
49	kolid aladit	2 3	2016	manajemen	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	80	SEDANG
50	amalia alif	2 2	2016	ekonomi	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	78	SEDANG
51	alpan fuad	2 3	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	78	SEDANG
52	iing dania	2 2	2016	ekonomi	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	81	SEDANG
53	anngita dani	2 2	2015	ekonomi	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	74	SEDANG

54	chikateno	2 2	2015	ekonomi	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	68	RENDAH
55	Amir	2 3	2015	psikologi	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	76	SEDANG
56	oktavia anisa	2 2	2016	ekonomi	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	76	SEDANG
57	bilqis	2 2	2016	ekonomi	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	76	SEDANG
58	jemy dwi prayoga	2 2	2016	ekonomi	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	77	SEDANG
59	ardikaniko	2 3	2015	ekonomi	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	75	SEDANG
60	fabian al aqsa	2 2	2016	ekonomi	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	78	SEDANG
61	Dani	2 3	2015	akutansi	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	76	SEDANG
62	khifa	2 2	2016	manajemen	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	73	SEDANG
63	nanda putri	2 3	2016	ekonomi	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	77	SEDANG
64	khafi	2 2	2015	akutansi	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	76	SEDANG
65	Dana	2 1	2014	akutansi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	81	SEDANG
66	mohamad kholik	2 3	2015	manajemen	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	80	SEDANG
67	Zakime n	2 2	2016	akutansi	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82	TINGGI

68	fiun nazah	2 2	2015	ekono mi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	81	SEDANG
69	lukman hakim	2 3	2015	manaj emen	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	76	SEDANG
70	diki arizafra n	2 2	2016	ekono mi	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	82	TINGGI
71	nadila	2 2	2016	akuta nsi	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	77	SEDANG
72	Alya	2 2	2015	ekono mi	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	77	SEDANG
73	yogi prima	2 3	2015	akuta nsi	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	77	SEDANG
74	miftakhul fauzi	2 2	2015	manaj emen	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	78	SEDANG
75	mohamad arifin	2 2	2015	ekono mi	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	78	SEDANG
76	feri setyawan	2 1	2016	ekono mi	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	77	SEDANG
77	Tyas	2 2	2015	manaj emen	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	82	TINGGI
78	stevani	2 2	2015	ekono mi	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	72	SEDANG
79	erlina primadewi	2 2	2015	akuta nsi	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	75	SEDANG
80	rahmad anita angaraini	2 2	2015	manaj emen	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	75	SEDANG

81	anisatul fitria	2 2	2015	manajemen	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	78	SEDANG
82	astrid	2 2	2015	ekonomi	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	78	SEDANG
83	reza arjuna	2 2	2015	ekonomi	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	73	SEDANG	
84	reno prasetyo	2 3	2015	akutansi	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	77	SEDANG
85	ussman	2 2	2015	ekonomi	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	77	SEDANG
86	jalu bima arwita	2 2	2016	ekonomi	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	78	SEDANG
87	wahyu andriawan	2 3	2016	manajemen	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	SEDANG
88	arif setyawan	2 2	2015	teknik informatika	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	77	SEDANG
89	daniel sulistiani	2 2	2015	AS	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	77	SEDANG	
90	mohamad nadawi	2 3	2015	akutansi	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	79	SEDANG	
91	alvi syaikukamalia	2 3	2016	manajemen	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	77	SEDANG	
92	sofyan agung	2 2	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	79	SEDANG	

93	aris setyo wibwo	2 3	2015	ekono mi	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	77	SEDANG
94	bayu setyawan	2 3	2015	akuta nsi	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	79	SEDANG	
95	heny kurniawan	2 3	2015	ekono mi	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	76	SEDANG	
96	wahyu kuncoro	2 2	2015	ekono mi	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	82	TINGGI	
97	andi syahertianto	2 3	2015	ekono mi	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	78	SEDANG	
98	ary firmansyah	2 2	2015	akuta nsi	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	80	SEDANG	
99	muntik atus solikhah	2 3	2016	ekono mi	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	78	SEDANG	
100	meika ayusaputri	2 2	2015	ekono mi	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	79	SEDANG	
101	yolanda	2 3	2015	ekono mi	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	78	SEDANG	
102	dimas amboro	2 2	2016	manaj emen	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	80	SEDANG	
103	armansyah kuasa	2 2	2015	manaj emen	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	75	SEDANG	

104	khoirul anam	2 2	2016	akuta nsi	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	79	SEDANG	
105	tifa alfanandy	2 1	2015	psikol ogi	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	79	SEDANG	
106	ade agus prasetyo	2 2	2015	akuta nsi	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	79	SEDANG	
107	nurkholis imam arbai	2 3	2016	manaj emen	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	76	SEDANG
108	nadlif	2 2	2015	PAI	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	78	SEDANG	
109	surya	2 2	2015	akuta nsi	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	76	SEDANG	
110	mohamad abdu	2 3	2015	ekono mi	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	75	SEDANG	
111	irma diana wati	2 2	2015	MAN AJEM EN	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	80	SEDANG
112	rony setyawan	2 2	2015	ekono mi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82	TINGGI
113	imam roziki	2 3	2016	akuta nsi	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	SEDANG

Keseluruhan item

Variabel Kualitas Pelayanan

No	Nama	U	Angk katak an	Juru san	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Jum lah	kateg ori
1	apriani awianti	23	2016	ekono mi	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	TINGGI
2	nila koirur rosida	19	2019	akuta nsi	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	4	4	60	SEDANG
3	andriyan fahruts	21	2015	manaj amen	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	70	SEDANG
4	ninda sulistiani	23	2016	ekono mi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	RENDAH
5	maratul muslimah	21	2015	manaj emen	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	61	SEDANG
6	anisa wulandari	22	2015	ekono mi	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	TINGGI
7	nuralitama cindy	22	2015	PAI	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	60	SEDANG
8	muhamad khoirul anam	22	2015	sejara h	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	57	RENDAH
9	elly ana susanti	23	2016	ekono mi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	RENDAH
10	Nikmah	23	2015	fisika	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	48	RENDAH
11	dwi rahayu	21	2015	ekono mi	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	57	RENDAH
12	citra putri	22	2015	ekono mi	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	67	SEDANG

13	Faridatul	22	2015	ekono mi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	61	SEDANG		
14	bintang syahrir ridwan	23	2015	ekono mi	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	63	SEDANG		
15	Tarista	22	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	RENDAH		
16	pasca fajar sarjana	22	2015	akuta nsi	4	3	3	4	2	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	65	SEDANG	
17	Corina	22	2015	psikol ogi	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	62	SEDANG	
18	tri heny indriyani	22	2015	akuta nsi	3	4	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58	RENDAH	
19	imam nurkolis	23	2015	manaj emen	4	3	4	4	4	4	1	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	61	SEDANG	
20	anggi NS	23	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	55	RENDAH	
21	heri endis susilo	23	2015	manaj emen	3	3	3	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	67	SEDANG	
22	era megawati	23	2015	akuta nsi	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	59	RENDAH
23	iza mn	22	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	55	RENDAH	
24	anis	22	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	55	RENDAH	
25	quratul ayun	22	2015	huku m	4	4	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	70	SEDANG	
26	Diva	21	2015	psikol ogi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56	RENDAH	
27	diena annisa	25	2015	akuta nsi	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	TINGGI	

28	raden mas zulfikar	19	2018	akutansi	4	4	4	4	4	4	1	3	2	3	4	4	4	1	2	2	3	4	4	4	61	SEDANG
29	Tyas	22	2015	matematika	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	RENDAH
30	fitri nabela	22	2015	psikologi	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	55	RENDAH
31	fajar jamila	23	2015	psikologi	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	56	RENDAH
32	Wiki	21	2017	akutansi	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	53	RENDAH
33	Hakkari	21	2015	psikologi	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	45	RENDAH
34	amang abror	22	2015	psikologi	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	71	SEDANG
35	siti koiriah	19	2018	akutansi	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	70	SEDANG
36	Yogi	23	2015	psikologi	3	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	SEDANG
37	fatmila	22	2015	akutansi	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	57	RENDAH
38	Romi	23	2015	psikologi	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	67	SEDANG
39	Dhivio	22	2016	psikologi	3	3	3	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	63	SEDANG
40	rosihan fauzy	23	2015	manajemen	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	66	SEDANG
41	awanda weka	25	2015	manajemen	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	60	SEDANG
42	ahmad sahrul	23	2015	manajemen	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	67	SEDANG

43	mirza amir	23	2015	psikologi	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	3	65	SEDANG
44	aufa dina	20	2017	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	62	SEDANG
45	hlen isti	22	2016	ekonomi	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	69	SEDANG
46	nilna mauna	23	2016	ekonomi	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	67	SEDANG
47	mohamad sabri	23	2016	ekonomi	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	72	TINGGI
48	ibrazkarasdan	22	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	72	TINGGI
49	kolid aladit	23	2016	manajemen	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	69	SEDANG
50	amalia alif	22	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	66	SEDANG
51	alpan fuad	23	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69	SEDANG
52	iing dania	22	2016	ekonomi	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	65	SEDANG
53	anngita dani	22	2015	ekonomi	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	66	SEDANG
54	chika teno	22	2015	ekonomi	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	67	SEDANG
55	Amir	23	2015	psikologi	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	64	SEDANG
56	oktavia anisa	22	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	67	SEDANG
57	Bilqis	22	2016	ekonomi	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	67	SEDANG
58	jemy dwi prayoga	22	2016	ekonomi	4	3	3	4	4	3	1	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	65	SEDANG

59	ardika niko	23	2015	ekono mi	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	66	SEDANG
60	fabian al aqsa	22	2016	ekono mi	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	67	SEDANG
61	Dani	23	2015	akuta nsi	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	66	SEDANG
62	Khifa	22	2016	manaj emen	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	68	SEDANG
63	nanda putri	23	2016	ekono mi	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	72	TINGGI	
64	Khafi	22	2015	akuta nsi	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	65	SEDANG	
65	Dana	21	2014	akuta nsi	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	67	SEDANG	
66	mohamad kholik	23	2015	manaj emen	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	71	SEDANG	
67	Zakimen	22	2016	akuta nsi	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	72	TINGGI	
68	fiun nazah	22	2015	ekono mi	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	65	SEDANG	
69	lukman hakim	23	2015	manaj emen	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	63	SEDANG
70	diki arizafran	22	2016	ekono mi	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	66	SEDANG
71	Nadila	22	2016	akuta nsi	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	72	TINGGI
72	Alya	22	2015	ekono mi	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	63	SEDANG
73	yogi prima	23	2015	akuta nsi	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	64	SEDANG
74	miftakhul fauzi	22	2015	manaj emen	3	3	3	4	3	4		3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	63	SEDANG

75	mohamad arifin	22	2015	ekonomi	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67	SEDANG
76	feri setyawan	21	2016	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	66	SEDANG
77	Tyas	22	2015	manajemen	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	69	SEDANG
78	Stevani	22	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	67	SEDANG
79	erlina primadewi	22	2015	akutansi	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	TINGGI
80	rahmadanita angaraini	22	2015	manajemen	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	68	SEDANG
81	anisatul fitria	22	2015	manajemen	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	70	SEDANG
82	astrid	22	2015	ekonomi	4	1	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	64	SEDANG
83	reza arjuna	22	2015	ekonomi	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	67	SEDANG
84	reno prasetyo	23	2015	akutansi	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	65	SEDANG
85	Ussman	22	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	71	SEDANG
86	jalu bima arwita	22	2016	ekonomi	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	72	TINGGI
87	wahyu andriawan	23	2016	manajemen	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	69	SEDANG
88	arif setyiawan	22	2015	teknik informatika	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	69	SEDANG
89	daniel sulistiani	22	2015	AS	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	69	SEDANG

90	mohamad nadawi	23	2015	akutansi	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	66	SEDANG
91	alvi syaiku kamalia	23	2016	manajemen	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	69	SEDANG
92	sofyan agung	22	2015	ekonomi	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	66	SEDANG	
93	aris setyo wibwo	23	2015	ekonomi	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	71	SEDANG	
94	bayu setyiawan	23	2015	akutansi	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	67	SEDANG	
95	heny kurniawan	23	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	72	TINGGI	
96	wahyu kuncoro	22	2015	ekonomi	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	72	TINGGI	
97	andi syahertianto	23	2015	ekonomi	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	72	TINGGI	
98	ary firmansyah	22	2015	akutansi	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	70	SEDANG	
99	muntikatus solikhah	23	2016	ekonomi	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	69	SEDANG	
100	meika ayusaputri	22	2015	ekonomi	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	65	SEDANG		
101	Yolanda	23	2015	ekonomi	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	67	SEDANG	
102	dimas amboro	22	2016	manajemen	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	69	SEDANG	
103	armansyah kuasa	22	2015	manajemen	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67	SEDANG	
104	khoirul anam	22	2016	akutansi	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	70	SEDANG	
105	tifa alfanandy	21	2015	psikologi	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	69	SEDANG	

106	ade agus prasetyo	22	2015	akutansi	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	69	SEDANG
107	nurkholis imam arbai	23	2016	manajemen	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	68	SEDANG	
108	Nadlif	22	2015	PAI	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	71	SEDANG	
109	Surya	22	2015	akutansi	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	70	SEDANG	
110	mohamad abdu	23	2015	ekonomi	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	71	SEDANG	
111	irma diana wati	22	2015	MANAJEMEN	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	73	TINGGI	
112	rony setyawan	22	2015	ekonomi	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	68	SEDANG	
113	imam roziki	23	2016	akutansi	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	62	SEDANG	



Penelitian Skripsi

Assalamualaikum Wr. Wb .

Perkenalkan saya Ahmad Hari Irfanyah mahasiswa Psikologi angkatan 2015 yang sedang menempuh skripsi. untuk itu saya meminta ketersediaan rekan semua sesama mahasiswa untuk membantu mengisi angket ini dengan sepenuh hati untuk tercapainya pengumpulan data yang objektif dan representatif. terimakasih atas kebaikannya semoga rekan semua mendapatkan keberkahan.

Berikut kriteria yang dibutuhkan.

1. mahasiswa yang masih aktif perkuliahan
2. pernah melakukan transaksi barang secara online

petunjuk pengisian:

pilihlah jawaban yang sesuai dengan diri anda dengan pilihan jawaban sebagai berikut, SS :

Sangat setuju

S : Setuju

TS : Tidak setuju

STS: Sangat tidak setuju

*** Wajib**

1. Nama *

2. usia *

3. Angkatan2015 *

4. jurusan *

5. No.Telp *

Angket Penelitian

1. saya yakin menjalani bisnis online karena terinspirasi dari banyaknya wirausahawan muda yang sukses di bidang ini *

Tandai satu oval saja.

SS S

TS

STS

2. saya menjalani bisnis online ini bertujuan untuk menjadi pribadi yang lebih mandiri *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 222
 222
 222
 22T
 S
 STS

3. saya optimis bahwa bisnis online ini mampu memberikan hasil yang baik di kedepanya *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

4. saya yakin akan mendapatkan kesuksesan *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

5. saya merasa sangat percaya diri terhadap usaha yang tengah saya geluti akan menjadi besar *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

6. ketika mengalami kerugian maka saya akan mencoba bangkit lagi *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

7. keadaan ekonomi yang mendorong saya untuk melakukan usaha jual beli online ini karena tidak membutuhkan modal terlalu besar *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

8. saya menerima segala masukan dari para pelanggan terhadap barang yang saya pasarkan *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

9. saya akan merasa lebih senang karena memiliki usaha sendiri*

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

10. saya menghormati pendapat orang lain*

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

11. saya selalu menjaga kualitas barang demi memberi kepuasan kepada konsumen *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

12. saya selalu memberikan garansi terhadap barang dagangan apa bila terjadi kerusakan saat pengiriman ke konsumen *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

13. saya selalu menerima kritikan dari para konsumen demi kebaikan pelayanan di kemudian hari *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

14. saya sering mencari sebab dari masalah yang sedang saya hadapi *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

15. keluarga saya mendukung penuh usaha yang sedang saya jalani ini *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

16. saya merasa senang dalam menjalani bisnis online *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

17. saya selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumen *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

18. saya sadar akan kelebihan dan kekurangan pada diri saya *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

19. saya membuat jadwal kegiatan agar semua bisa berjalan dengan baik *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

20. komunikasi yang baik dengan konsumen adalah modal utama saya **Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

21. semakin banyak teman maka akan semakin mudah dalam memasarkan produk online ini **Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

22. saya akan membantu teman apabila sedang kesusahan **Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

23. saya bersyukur dengan keadaan yang sudah ada pada saat ini*Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

24. saya mampu menghadapi setiap kali ada permasalahan **Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

25. saya mampu menahan diri apabila mendapati hal yang tidak mengenakan **Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

26. saya yakin setiap ada permasalahan pasti ada jalan keluarnya *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

27. saya tidak akan berhenti bekerja apabila semua pekerjaan belum selesai *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

28. saya selalu bersungguh-sungguh apabila di beri sebuah tanggung jawab pekerjaan *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

29. saya selalu percaya dengan apa yang dikatakan oleh teman *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

30. saya lebih menyukai hal yang baru *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

31. saya dan konsumen sering bercanda apabila sedang berkomunikasi *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

32. saya selalu membuat perencanaan yang matang di dalam bekerja *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

33. saya menerima kritik dan saran dari konsumen *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

34. saya selalu memberika pelayanan yang maksimal ke setiap pelanggan *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

35. saya selalu menjaga kualitas prodak yang saya jual *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

36. saya menerapkan standart tersendiri dalam memilih bahan agar kualitas barang tidak berubah *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-

37. saya melakukan pengemasan yang baik agar barang sampai di tangan pelanggan dengan baik *

Tandai satu oval saja.

- SS S
- TS
- STS
-



38.saya memberikan pelayanan dengan tepat ke pelanggan**Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

39. saya menerapkan implementasi standart dalam pelayanan agar barang sampai ke tangan pembeli dengan tepat waktu**Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

40.saya selalu membuat pembukuan dalam setiap transaksi agar mengurangi resiko kesalahan**Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

41. saya tidak membedakan ke setiap pelanggan dalam pemberian pelayanan**Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

42. saya memberikan pelayanan konsultasi selama 24 jam apabila ada pelanggan yang mengalami masalah dengan barang yang sudah di beli*Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

43. saya selalu mengutamakan ketelitian dan kecepatan dalam pengiriman supaya pelanggan puas*Tandai satu oval saja.*

- SS S
- TS
- STS
-

44. saya menjaga kualitas barang dagangan guna memberikan rasa percaya dan puas pada diri pelanggan *

*

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

45. tingkat kepuasan pelanggan selalu yang saya utamakan *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

46. saya akan memberikan pengganti apabila barang mengalami kerusakan saat pengiriman *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

47. saya sangat memahami dengan barang yang saya jual ini

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

48. saya mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

49. konsumen akan datang kembali memesan barang saya karena pelayanan yang saya berikan *

Tandai satu oval saja.

- SS S
 TS
 STS

50. saya dengan senang hati dalam memberikan pelayanan kesetiap konsumen*Tandai satu oval saja.*

- SS S
 TS
 STS

51. saya mengatakan hal-hal positif mengenai prodak yang sedang dipasarkan*Tandai satu oval saja.*

- SS S
 TS
 STS

52. saya memberikan pelayanan yang sigap*Tandai satu oval saja.*

- SS S
 TS
 STS

53. saya memahami prodak yang sedang saya pasarkan*Tandai satu oval saja.*

- SS S
 TS
 STS

54. pelayanan yang cepat adalah motto dalam saya memberikan pelayanan*Tandai satu oval saja.*

- SS S
 TS
 STS

55. saya berusaha memberikan layana terbaik guna kepuasan pelanggan agar kembali lagi*Tandai satu oval saja.*

- SS S
 TS
 STS



