

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvira, noviana dwi. "Hubungan Kualitas Pelayanan PT. Telkom Provider Indihome KC. Riau Kota Pekanbaru Dengan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Syariah." *Skripsi UIN Suska Riau* 4, no. 1 (2018): 1–23.
- Chan, Faizal, Agung Rimba Kurniawan, Siti Kalila, Fiki Amalia, Devi Apriliani, and Sonya Verta Herdana. "Dampak Bullying Terhadap Percaya Diri Peserta Didik Sekolah Dasar." *PENDAS MAHAKAM: Jurnal Pendidikan Dasar* 4, no. 2 (2020): 152–57. <https://doi.org/10.24903/pm.v4i2.347>.
- Cibro, Yemima Prasetyawati, and Ari Setiawan. "Pengembangan Model Pemilihan Jasa Pengiriman Barang Pada E-Commerce." *Jurnal Serambi Engineering* 9, no. 3 (2024): 9926–35.
- Erna, A.R. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Aprin Palembang )" 11 (2022): 32–44.
- Hamizar, A., & Ambon, E. I. I. (2010). "Pergeseran Perilaku Konsumen Dalam Minat Beli Ulang Berdasar Produk Website (Analisis Perubahan Model Bisnis Terhadap Pilihan Konsumen).," n.d., 129–40.
- Hartono, Aji. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Shopee Express" 16, no. 2 (2024): 59–64.
- Hasyim, Nur, Azizah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa FEBI IAIN Palopo," 2022.
- Hilmi, Rafiqi Zul, Ratih Hurriyati, and Lisnawati. "Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja" 3, no. 2 (2018): 91–102.
- Iii, B A B, and Waktu Penelitian. "Bab 3 (74)," no. 2017 (2021): 40–59.

- Irawati, Anisa Fitriyah. "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online," 2023, 44.
- Jasmine, Khanza. ." *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2014, 8–34.
- Murnilawati, and Hairudinor. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan 'Andina' Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah." *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan* 8, no. 1 (2019): 1–9.
- Muslimin, Uliana. "Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian." *Amsir Management Journal* 1, no. 2 (2021): 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>.
- Perdanakusuma, Aditya. "Pengaruh Komunikasi Efektif Perawat-Pasien Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Wijayakusuma Purwokerto." *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 2013.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. "Pengaruh Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan." *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020).
- Purba. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Gojek." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area*, 2017, 6–25. [http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1371/5/138320127\\_file5.pdf](http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1371/5/138320127_file5.pdf)

- Riyanto dan Hatnawan. "Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen." *Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*, 2020, 46–52.
- Sari Ratri Fadillah. "Analisis Strategi Pelayanan Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus : SK Coffee Lab Kelurahan Banjaran Kota Kediri )," 2016, 1–23.
- Septyana, Elsa, Khoirul Umam, and Endy Grade Tampubolon. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Shopee Xpress Kebagusan Raya Pasar Minggu." *Jurnal Keuangan Dan Bisnis* 16, no. 1 (2024). <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/jurnal-gici/article/view/260>.
- Sibarani, Riama. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Prosiding* 3, no. 4 (2023): 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>.
- Syarif, M. Ikhwan, Misbah Hannum, Sri Wahyuni, and Nurbaiti. "Potensi Perkembangan E-Commerce Dalam Menunjang Bisnis Di Indonesia." *Journal of Computers and Digital Business* 2, no. 1 (2023): 11–14. <https://doi.org/10.56427/jcbd.v2i1.30>.
- Trimulatsih, Murti, and Elisabet. "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda." *Manajemen Pemasaran*, no. 9 (2021): 22–34.
- Visaka, and Canggih Farunik Gumanky. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee (Studi Pengguna Shopee)." *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2021): 774–87. <https://doi.org/10.61069/juri.v1i3.19>.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

### Surat Izin Penelitian Dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Alamat ; Jl Dr. H. Tarmizi Thaher Kebun Cengkeh Batu merah Atas Ambon  
Kode Pos 97128, E-mail; febi@iainambon.ac.id

Nomor : B-07/In.09/7/3.b/PP.07/01/2025  
Lamp : 1 (satu) Eksemplar Proposal Skripsi  
Hal : Izin Penelitian

20 Januari 2025

Kepada Yth :

**Rektor IAIN Ambon**  
**Cq. Kepala Biro AUAK IAIN Ambon**  
Di -  
Tempat

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon:

Nama : Febby Yana  
NIM : 210107001  
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah  
Semester : VIII (Delapan)

Dalam waktu dekat akan menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di SHOPEE EXPRESS Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ambon**

Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak, kiranya dapat mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon. Terhitung mulai dari tanggal 20 Januari 2025 sampai dengan tanggal 20 Februari 2025.

Demikian, atas kerja sama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Dekan,  
  
Husin Wattimena

**Tembusan, disampaikan kepada Yth :**

1. Mahasiswa di Tempat
2. Arsip

Surat Balasan dari Cq. Kepala Biro AUAK IAIN Ambon



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI AMBON**

Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas - Ambon 97128  
Website : <https://iainambon.ac.id> Email : [humas@iainambon.ac.id](mailto:humas@iainambon.ac.id)  
Facebook,youtube,twitter: iain ambon, Instagram: iain\_ambon82

Nomor : B-191 /In.09/1/1-d/PP.00.9/01/2025  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Ambon, 22 Januari 2025

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Syariah

*Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.*

Menindaklanjuti surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon, Nomor: B-07/In.09/7/3.b/PP.07/01/2025 tanggal 20 Januari 2025, Perihal Izin Penelitian terhadap mahasiswa:

Nama : Febby Yana  
NIM : 210107001  
Semester : VIII (Delapan)  
Prodi/ Fakultas : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di SHOPEE EXPRESS Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ambon  
Lokasi Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Waktu : 20 Januari 2025 – 20 Februari 2025


Dengan ini kami menyetujui dan mengizinkan kegiatan mahasiswa tersebut dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagaimana tugas akhir studi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Menjunjung tinggi Etika, Moral dan Budaya Akademik Perguruan Tinggi
2. Mentaati semua ketentuan/peraturan yang berlaku serta memperhatikan keamanan dan ketertiban umum
3. Melaporkan hasil kegiatan Penelitian setelah selesai pelaksanaan Penelitian sesuai waktu yang ditentukan

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya di sampaikan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Kepala Biro AUAK

  
H. Jamaludin Bugis, S. Ag, M. Pd.I

- Tembusan Yth.
- Rektor sebagai laporan
  - Dekan FEBI
  - Ketua Program MBS
  - Mahasiswa yang bersangkutan
  - Arsip

1. Mahasiswa di Tempat
2. Arsip

## *Lampiran 2*

### **INSTRUMEN PENELITIAN**

#### **LEMBAR ANGKET (KUESIONER)**

Dengan Hormat,

Nama saya Febby Yana mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam jurusan manajemen bisnis syariah IAIN Ambon, bermaksud akan mengadakan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SHOPEE EXPRESS PADA MAHASISWA FEBI IAIN AMBON**. Saya memohon kesediaan anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya. Peneliti menjamin bahwa seluruh data dan informasi yang diberikan akan terjaga kerahasiaanya. Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih.

#### **A. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Prodi :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin : a. Perempuan                      b. Laki-laki

#### **B. PETUNJUK PENGISIAN**

Kuesioner yang akan diisi oleh anda berbentuk skala likert, dimana ada lima alternative jawaban dari setiap pertanyaan yang diberikan, ialah :

Anda hanya diminta untuk memilih salah satu jawaban

Keterangan : STS = Sangat Tidak Setuju (1)  
 TS = Tidak Setuju (2)  
 RG = Ragu- Ragu ( 3)  
 S = Setuju (4)  
 SS = Sangat Setuju (5)

## INSTRUMEN PENELITIAN

### A. KUALITAS PELAYANAN

No	Kualitas Pelayanan (X)	5	4	3	2	1
		SS	S	RG	TS	STS
<b>Reabilitas</b>						
1.	Pengiriman paket selalu tepat waktu sesuai estimasi yang diberikan					
2.	Paket selalu sampai dalam kondisi baik tanpa kerusakan					
3.	Informasi pelacakan paket selalu akurat dan mudah diakses					
<b>Daya Tanggap</b>						
4.	Pertanyaan atau keluhan saya terkait pengiriman selalu direspons dengan cepat					
5.	Petugas layanan pelanggan Shopee Express selalu siap membantu					
<b>Jaminan</b>						
6.	Saya merasa yakin bahwa informasi produk yang diberikan oleh Shopee Express adalah akurat					
7.	Saya merasa aman bertransaksi melalui Shopee Express					
<b>Empati</b>						
8.	Shopee Express memahami kebutuhan saya sebagai pelanggan					
9.	Shopee Express selalu berusaha memenuhi harapan pelanggan					
<b>Bukti Fisik</b>						
10.	Kemasan paket yang digunakan oleh Shopee Express terlihat profesional dan aman					
11.	Fitur Shopee Express mudah digunakan dan tampilannya menarik					
12.	Fitur-fitur yang tersedia di aplikasi Shopee Express sangat membantu					

**B. KEPUASAN PELANGGAN**

No	Kepuasan Pelanggan (Y)	5	4	3	2	1
		SS	S	RG	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1.	Layanan yang saya terima di Shopee Express sesuai dengan harapan saya					
2.	Fitur-fitur yang disediakan Shopee Express memenuhi kebutuhan saya sebagai pelanggan					
Minat Berkunjung Kembali						
3.	Saya sangat mungkin untuk menggunakan layanan Shopee Express kembali di masa mendatang					
4.	Saya berencana untuk tetap menjadi pelanggan setia Shopee Express					
Kesediaan Merekomendasikan						
5.	Saya akan merekomendasikan layanan Shopee Express kepada teman atau keluarga saya					
6.	Saya sangat mungkin untuk memberikan ulasan positif tentang Shopee Express kepada orang lain					

**Lampiran 3**

**Hasil Kuesioner Penelitian**

**A. Kualitas Pelayanan (X)**

<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X4</b>	<b>X5</b>	<b>X6</b>	<b>X7</b>	<b>X8</b>	<b>X9</b>	<b>X10</b>	<b>X11</b>	<b>X12</b>	<b>Total</b>
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
2	5	4	5	4	2	2	3	2	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	35
3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27
1	3	1	5	1	2	1	2	3	3	3	2	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	37
2	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	41
2	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	43
4	4	4	5	5	2	4	3	3	4	4	4	46
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	51

<b>3</b>	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	<b>42</b>
<b>4</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>47</b>
<b>3</b>	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
<b>2</b>	4	2	2	3	2	3	2	2	4	4	4	<b>34</b>
<b>5</b>	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	<b>47</b>
<b>5</b>	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>58</b>
<b>4</b>	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>42</b>
<b>4</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
<b>2</b>	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	<b>29</b>



## B. Kepuasan Pelanggan (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	1	2	4	18
4	4	4	2	4	4	22
2	3	2	2	3	3	15
1	4	2	1	2	3	13
1	4	1	1	2	2	11
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	2	4	4	20
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	3	2	2	4	4	19
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
2	4	4	2	2	2	16
3	4	4	4	4	3	22
4	2	3	2	3	4	18
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	3	22
2	4	3	2	2	2	15
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	2	1	1	2	3	11
2	3	3	2	3	2	15
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	3	19
3	4	5	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	3	2	2	3	2	14
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	3	21
2	2	2	2	2	2	12
5	5	5	5	5	5	30
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	2	1	2	2	1	10
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	4	4	2	1	1	14
1	1	3	3	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
2	2	2	2	2	2	12
1	2	2	3	2	2	12
2	4	2	2	2	2	14
2	3	2	4	2	4	17
2	2	3	2	4	2	15
2	2	2	2	2	2	12
4	4	4	2	2	3	19



	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	
X04	Pearson Correlation	.656**	.640**	.610**	1	.649**	.511**	.558**	.631**	.521**	.527**	.476**	.445**	.749**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X05	Pearson Correlation	.773**	.684**	.690**	.649**	1	.731**	.749**	.699**	.625**	.630**	.575**	.658**	.870**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X06	Pearson Correlation	.806**	.500**	.751**	.511**	.731**	1	.820**	.762**	.751**	.501**	.428**	.510**	.842**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X07	Pearson Correlation	.794**	.551**	.802**	.558**	.749**	.820**	1	.842**	.796**	.579**	.495**	.573**	.890**

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X08	Pearson Correlation	.758**	.576**	.825**	.631**	.699**	.762**	.842**	1	.787**	.604**	.572**	.612**	.898**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X09	Pearson Correlation	.653**	.437**	.689**	.521**	.625**	.751**	.796**	.787**	1	.653**	.546**	.587**	.828**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X10	Pearson Correlation	.464**	.596**	.473**	.527**	.630**	.501**	.579**	.604**	.653**	1	.797**	.804**	.757**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X11	Pearson Correlation	.464**	.502**	.488**	.476**	.575**	.428**	.495**	.572**	.546**	.797**	1	.923**	.715**

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X12	Pearson Correlation	.510**	.536**	.564**	.445**	.658**	.510**	.573**	.612**	.587**	.804**	.923**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
TOTAL	Pearson Correlation	.852**	.722**	.847**	.749**	.870**	.842**	.890**	.898**	.828**	.757**	.715**	.765**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).													

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.694**	.767**	.700**	.830**	.885**	.914**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62
Y2	Pearson Correlation	.694**	1	.743**	.642**	.700**	.689**	.832**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62
Y3	Pearson Correlation	.767**	.743**	1	.785**	.739**	.715**	.890**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62
Y4	Pearson Correlation	.700**	.642**	.785**	1	.809**	.732**	.876**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62
Y5	Pearson Correlation	.830**	.700**	.739**	.809**	1	.838**	.920**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62
Y6	Pearson Correlation	.885**	.689**	.715**	.732**	.838**	1	.909**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	62	62	62	62	62	62	62
Total	Pearson Correlation	.914**	.832**	.890**	.876**	.920**	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	62	62	62	62	62	62	62

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

