DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. R. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Abidin, Y. Z. (2015). Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi.

Aladwani, A. M., dan Dwivedi, Y. K. (2018). Towards a theory of SocioCitizenry: Quality anticipation, trust configuration, and approved adaptation of governmental social media. International Journal of Information Management, 43, 261–272.

Alfarizi, M., dan Nuryana, A. (2019). Komunikasi Efektif Interprofesi Kesehatan Sebagai Upaya peningkatan kualitas Pelayanan Rumah Sakit. *ETTISAL: Journal of Communication*, *4*(2), 151-168.

Amanah, D (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis,2*(1), 71-87.

Anindhita, W., Arisanty, M., dan Rahmawati, D. (2016, November). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). In *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC.*

Basit, A., dan Handayani, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Pada Allium Tanggerang Hotel. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 165-177.

Caro, L. M., dan Garcia, J. A. M. (2007). Measuring perceived service quality in urgent transport service. Journal of Retailing and Consumer Services, 14(1), 60–72.

Chistoper Lovelock, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi Dan Strategi*, cet. II, (Jakarta, Erlangga, 2010), h. 153-154.

Choi, B. J., dan Kim, H. S. (2013). The impact of outcome quality, interaction quality, and peer-to-peerquality on customer statisfication wiyh a hospital service. *Managing Service Quality: An International Journal.*

Gaol, N. T. L. (2016). Teori stress: stimulus, respons, dan transaksional. *Buletin psikologi*, *24*(1), 1-11.

Fanny, O., Muslim, M., dan Siregar, M. R. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Keluhan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, *4*(1), 60-67.

Haribowo, W. P. (2010). Kualitas Pelayanan Perizinan di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Kota Surakarta.

Hossain, M. A., Dwivedi, Y. K., dan Naseem, S. B. (2015). Developing and validating a hierarchical model of service quality of retail banks. Total Quality Management & Business Excellence, 26(5-6), 534–549.

Hukmah, A., dan Harfinah, H. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Grab di Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS), 1*(1), 31-45.

Ilham, R. (2018). Improve quality of e-loyalty in online food delivery services: a case of Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 96*(15), 4760-4769.

Indriyarti, E. R., dan Wijihastuti, S. (2021). Exploring the Intention Factors Of Using Online Transportation in Jakarta with Multiple Regression. *Journal of Business & Applied Management, 14*(1), 001-016.

Januar Effendi, Ai Lilli. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2, (September 2016). 206.

Jessica, M., dan Abraham, J. (2019). Correlates of Online Transport Drivers' Service Literacy: Service Resilience, Organizational Citizenship Behavior, and Sensation-Seeking. *ANIMA Indonesian Psychological Journal, 34*(3), 136-147.

Juditha, C. (2020). Dampak Penggunaan Teknologi Informasi Komunikasi Terhadap Pola Komunikasi Masyarakat Desa.

Kadek Indri Novita Sari Putri, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan DdanI Skin Centre Denpasar", *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali,* Tahun 2011.922.

Khairina, A. R., dan Julianda, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumwe). *VISIONER AND STRATEGIS, 9*(1).

Kriyantono, (2009). Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Media Grup.

Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi, 1*(3).

Liman, P., Alfani, M., dan Sulastini, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minyak Goreng Kemasan Cv. Indo Sari Abadi. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen, 3*(2), 95-107.

Lemke, F. Clark, M. and Wilson, J. (2011), "Customer experience quality: an exploration ini business and customer contexts using repertory grid technique:, *Journal of the Academy of Marketing Science.* Vol. 12 No. 1, pp. 57-67.

Lu, Y., Zhang, L., dan Wang, B. (2009). A multidimensional and hierarchical model of mobile service quality. Electronic Commerce Research and Applications, 8(5), 228–240.

Lumbantobing, V. M. (2015). Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya. *Jurnal Komunikasi*, 2015, 9.1:13-20.

Ningsih, N. F. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Jasa Go-Jek Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intaan Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Ningsih, S., dan Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, *1*(1), 43-53.

Noeraini, I. A., dan Sugiono, S. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5*(5).

Octavia, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir Grabfood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu* (Doctoral dissertatiom, IAIN Bengkulu).

Ou, W. M., Shih, C. M., Chen, C. Y., dan Tzeng, C. W. (2012). Effects of ethical sales behavior, expertise, corporate reputation, and performance on relationship quality and loyalty. Service Industries Journal, 32(5), 773–787.

Pangihutan, A., Thamrin M., dan Suparman, A. (2016). Kualitas Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Dan Komunikasi Interpersonal Pada Perusahaan Pelayaran. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 2016, 3.2:217-225.

Prabandari, A. I., dan Rahmiaji, L. R. (2019). Komunikasi Keluarga dan Penggunaan Smartphone oleh Anak. *Interaksi Online, 7*(3), 224-237.

Pranitasari, D., dan Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Meto E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2021, 18.02:12-31.

Purnama, Nursya'bani. *Manjemen Kualitas : Persiapan Global*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Ekonisia. (Yogyakarta:2006),14

Putri, N. D. N., dan Munir, H. M. (2021). Analisa Kualitas Pelayanan Melalalui Pola Komunikasi Pelaku Driver Go-Ride Dalam Meningkatkan Kepuasan

Pelanggan Dan Kesejahteraan Sosial. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, 2*(2), 13-22.

Putri, N., dan Huda, A. M. (2020). Pengaruh Terpaan Pesan Kode Promo GrabFood terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa Kota Surabaya. *Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya, 7*(2), 28-55.

Rustandi, R. (2020). Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi. *Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, dan Psikoterapi Islam, 8*(3), 301-322.

Sabariah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu", *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Nomor 4, Tahun 2015, Volume 3, h. 1213.

Sampe, B. N. H., Warrouw, D. M., dan Sondakh, M. (2018). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Acta Diurna Komunikasi, 7*(4).

Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication, 10*(1), 46-53.

Setiawati, M., dan Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh promosi dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk chitato yang dimediasi oleh brand awareness. *Manajemen Bisnis Kompetensi.*

Setyo, P. E (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen best autoworks. *Junal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1*(6), 755-764.

Sholihat, A., dan Rumyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie* (Doctoral dissertation, Riau University).

Sriani, I., Tamsah, H., dan Betan, A. (2019). Pengaruh Citra Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien JKN Di Puskesmas Caile Kabupaten Bulukumba. *Yume: Journal of Management, 2*(2).

Wang, W. T., Ou, W. M., dan Chen, W. Y. (2019). The impact of inertia and user satisfaction on the continuance intentions to use mobile communication applications: A mobile service quality perspective. *International Journal of Information Management, 44*, 178-193.

Widiantari, K. S., dan Herdiyanto, Y. K. (2013). Perbedaan intensitas komunikasi melalui jejaring sosial antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert pada remaja. *Jurnal Psikologi Udayana, 1*(1), 106-155.

Widyatama, G. W., Chelliah, S., Kai, Y., Yingxing, Y., Tien, Y. C., Mey, W. C., dan Sin, L. G. (2020). Grab marketing strategy, research &

development. *International journal of Tourism and hospitality in Asia Pasific (IJTHAP)*, *3*(2), 97-104.

Wijaya, R. (2018). *Pengaruh kualitas layanan harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan grab-food* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Yunita, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt. Grab Indonesia Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Zhao, L., Lu, Y., Zhang, L., dan Chau, P. Y. K. (2012). *Assessing the effects of service quality and justice on customer satisfaction and the continuance intention of mobile value added services: An empirical test of a multidimensional model. Decision Support Systems*, 52(3), 645–656.

Zellatifanny, C. M., dan Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian dekskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi, 1*(2), 83-90.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK DAN SAINS KOMUNIKASI
STATUS TERAKREDITASI BAN-PT DIKTI
Jl. Tol Ciawi No.1, Kotak Pos Ciawi 35, Bogor 16720 Jawa Barat Telp./Fax : (0251)8240773, E-Mail : fisip@unida.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DJUANDA
NO.159/01/FISIP/B-SKEP.KMK/II/2022

Tentang
Penetapan Dewan Pembimbing Skripsi
Untuk Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Menimbang :
a. Bahwa untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Djuanda dipandang perlu menetapkan Dewan Pembimbing Skripsi yang terdiri dari 1 orang Pembimbing I dan 1 orang pembimbing II.
b. Bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk menjadi Dewan Pembimbing Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda.

Mengingat :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang No. 14 Tahun 2005, Tentang Guru dan Dosen.
3. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012, Tentang Sistem Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010, Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
6. Statuta Universitas Djuanda Bogor Tahun 2019.
7. Surat Keputusan Rektor No. 05/2018, Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Masa Bakti 2018-2022.

M E M U T U S K A N

Menetapkan
Pertama : Mengangkat mereka yang namanya tercantum dalam Lampiran Keputusan ini sebagai Dewan Pembimbing Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda.
Kedua : Pembimbing I dan II bertugas memeriksa dan membimbing Skripsi mahasiswa baik di bidang materi maupun di bidang metodologi.
Ketiga : Keputusan ini berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan penunjukan pembimbing atau mahasiswa tersebut telah dinyatakan lulus ujian Skripsi, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bogor
Pada tanggal : 23 Februari 2022
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,

Drs. Denny Hernawan, M.A.
NPP. 213 870 057

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Djuanda
No. 159/01/FISIP/B-SKEP.KMK/II/2022

No	Nama Pembimbing	Jabatan Fungsional	Jabatan Dalam Dewan	Mahasiswa Nama/Nim.	Tanggal Penunjukan
1	Dr. H. Muhammad Luthfie, Drs. M.Si.	Lektor	Pembimbing I	Aggita Desvia Wardani G.1810908	23 Februari 2022
2	Dr. Agustina M. Purnomo, S.P., M.Si	Lektor	Pembimbing II		

Bogor, 23 Februari 2022
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DJUANDA

Drs. Dedi Hermawan, M.A.
NPP. 213 870 057

Tembusan:
1. Dosen Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Pertinggal

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
   a. Lahir tahun 1980 dan setelahnya
   b. Lahir tahun 1981-1994
   c. Lahir tahun 1995-2010
   d. Lahir tahun 2011 dan setelahnya
3. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
4. Pekerjaan :
   a. Mahasiswa
   b. Karyawan
   c. Wirausaha
   d. Pelajar
   e. Pengurus Rumah Tangga
   f. Tidak Bekerja
   g. Lainnya
5. Pendapatan Perbulan :
   a. < Rp. 4.330.000
   b. > Rp. 4.330.000
6. Sudah berapa lama menggunakan *Grabfood* :
   a. < 3 bulan
   b. 3-7 bulan
   c. 8-12 bulan
   d. > 12 bulan
7. Seberapa sering menggunakan *Grabfood* :
   a. 1-5 kali per minggu
   b. 6-10 kali per minggu
   c. > 10 kali per minggu

Keterangan:

STS= Sangat Tidak Setuju

TS= Tidak Setuju

TB= Tidak Berpendapat

S= Setuju

SS= Sangat Setuju

KUALITAS PELAYANAN (X_1)

No.	Pertanyaan					
		STS	TS	TB	S	SS
1	*Driver* sangat baik sehingga layak mendapatkan lima bintang					
2.	Restoran-restoran di Grabfood berkualitas baik					
3.	*Grabfood* memiliki layanan yang terpercaya kepada konsumen					

KUALITAS INTERAKSI (X_2)

No.	Pertanyaan					
		STS	TS	TB	S	SS
1	Informasi yang disediakan dengan aplikasi *Grabfood* jelas dan terukur oleh konsumen					
2.	Informasi yang disediakan dengan aplikasi *Grabfood* menyelesaikan masalah saya					
3.	Kualitas informasi produk dalam apps Grabfood sangat baik					
4.	Keamanan informasi konsumen berupa data pembelian tetap terjaga					
5.	Keterpercayaan data dalam *apps Grabfood* sangat terjamin..					
6.	*Display* atau penyajian data di *Grabfood* sangat menarik					
7.	Kecepatan respon *apps* di *Grabfood* sangat baik					
8.	*Driver* sopan terhadap saya					
9.	*Grabfood* jujur pada penawaran yang diberikan.					
10.	*Driver* memberikan pelayanan yang sesuai, baik etika dan profesi kepada konsumen.					

11.	*Grabfood* memiliki Kemampuan yang baik untuk memahami kebutuhan pelanggan					

KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No.	Pertanyaan					
		STS	**TS**	**TB**	**S**	**SS**
1	Kualitas produk berupa makanan dan minuman di *Grabfood* sangat baik.					
2.	Kualitas pelayanan di *Grabfood* sangat baik					
3.	Saya merasa senang bertransaksi di *Grabfood*					
4.	Harga di *Grabfood* lebih murah daripada jasa *food delivery* lainnya.					
5.	Biaya ongkos kirim di *Grabfood* masih dalam batas normal dan kemampuan					

Lampiran 3. Hasil Respon Kuesioner Variabel X_1 dan X_2

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
6	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
8	3	2	2	5	4	3	3	4	4	4	3	2	4	5
9	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
11	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
12	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4
13	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5
17	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
18	4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4
19	5	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
25	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
27	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
28	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	3	4	4
34	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
46	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4
49	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
52	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	3
57	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4
58	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
59	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
68	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
70	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
71	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	4	4
72	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
73	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
74	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
75	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
76	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5
77	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3
80	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4

82	5	5	5	5	2	4	2	2	2	4	5	4	4	4
83	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
86	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
87	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
88	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
89	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	3	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4
91	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3	4	4	3
92	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
93	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4
94	5	1	5	4	2	1	2	3	5	5	5	2	5	5
95	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4
98	5	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5
99	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
100	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
103	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
104	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
105	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	3
106	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
107	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3
109	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
110	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5
113	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
114	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
115	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5
117	4	5	4	1	3	1	5	5	4	4	4	3	3	5
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

123	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
124	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
125	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
127	3	4	3	4	4	3	5	5	3	3	3	5	4	4
128	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
129	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4
130	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	2	1
131	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4
132	3	4	4	3	2	4	5	5	4	5	3	5	3	3
133	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
134	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
135	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
136	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
137	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	5	5	4	3
138	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
140	5	3	4	2	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
141	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
143	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4
145	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
146	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
148	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
149	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
150	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
151	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
152	4	5	4	5	4	4	2	3	5	4	4	4	3	4
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
154	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
155	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
157	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
158	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
159	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
160	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
161	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
162	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1
163	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

164	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
165	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4
166	4	2	3	4	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4
167	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
169	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
170	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
171	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5
172	3	1	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4
173	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4
175	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
176	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
177	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
178	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
180	5	3	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	4
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
184	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
185	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	5	5	5	4
186	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5
187	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
189	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
190	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	4	4
191	3	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	3
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	3	3
196	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
197	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
198	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
199	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
201	4	3	5	3	4	3	5	5	4	3	5	4	4	4
202	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5
203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
204	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3

205	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4
206	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
207	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	3
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
209	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4
210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
211	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4
212	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
213	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5
214	5	3	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
215	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
216	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
217	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
218	5	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
219	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
220	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
221	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
222	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
223	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
224	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
225	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
226	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
227	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5
228	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
229	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	5	4	5	4
230	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
231	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
232	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
233	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4
234	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
235	5	5	5	3	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5
236	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3
237	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	2
238	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
239	2	1	4	2	3	4	3	2	3	5	4	4	5	4
240	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
241	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
242	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
243	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
244	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
245	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5

246	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
247	2	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4
248	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
249	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
250	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
251	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
252	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
253	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
254	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2
255	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
256	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
257	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
258	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4
259	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
260	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
261	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
262	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
263	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
264	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
265	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
266	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
267	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
268	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
269	5	4	5	4	3	3	5	5	4	3	5	4	5	4
270	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4
271	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
272	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
273	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4
274	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
275	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
276	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
277	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
278	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
279	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
280	1	1	1	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
282	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
283	4	4	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4
284	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
285	5	4	5	4	5	5	3	3	5	4	3	4	3	2
286	5	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4

287	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
288	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
289	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
290	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
291	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
292	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
293	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
294	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
296	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
297	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
298	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
299	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
300	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
301	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5
302	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
303	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
304	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
306	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
307	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
308	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
309	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
310	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5
311	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
312	3	2	4	3	2	1	4	3	3	4	4	3	3	3
313	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
314	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
315	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
316	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
317	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
318	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
319	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
320	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
321	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
322	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
323	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
324	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
325	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
326	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
327	3	4	3	5	3	5	3	4	5	4	4	4	5	3

328	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
329	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
330	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5
331	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
332	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
333	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
334	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	3
335	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
336	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
337	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
338	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
339	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	4
340	3	3	4	2	3	2	4	3	2	4	5	2	5	3
341	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
342	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
343	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
344	5	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4
345	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
346	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
347	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
348	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
349	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
350	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
351	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
352	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4
353	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
354	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
355	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
356	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
357	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
358	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
359	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
360	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
361	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
362	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3
363	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
364	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
365	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
366	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
367	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
368	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5

369	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4
370	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
371	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
372	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4
373	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	1	3	1
374	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
375	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3
376	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
377	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
378	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
379	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
380	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
381	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
382	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
383	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
384	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
385	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
386	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
387	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
388	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
389	5	3	5	4	4	2	5	5	2	3	4	3	4	2
390	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4
391	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
392	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3
393	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
394	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
395	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
396	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4	3
397	5	3	3	4	4	3	5	5	4	3	4	3	5	4
398	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4
399	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4
400	4	4	5	3	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4
401	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
402	5	3	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4	3
403	5	4	4	5	3	3	4	5	3	5	5	4	5	3
404	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
405	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
406	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
407	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4
408	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	5	4
409	4	5	5	4	2	3	5	4	4	5	4	4	5	4

410	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	5	5	3
411	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
412	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4
413	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
414	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
415	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
416	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
417	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
418	5	4	5	4	1	5	5	4	5	5	5	5	4	5
419	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
420	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
421	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5
422	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4
423	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
424	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
425	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
426	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3
427	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
428	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
429	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
430	3	4	3	3	3	4	5	5	3	3	4	3	3	3
431	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
432	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
433	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5
434	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
435	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
436	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4
437	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
438	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4
439	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4
440	5	5	5	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4
441	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
442	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
443	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
444	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4
445	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
446	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
447	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
448	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
449	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
450	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5

451	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
452	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
453	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
454	3	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5
455	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
456	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
457	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
458	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
459	5	3	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	3
460	4	3	4	4	1	2	4	5	4	3	4	5	4	3
461	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
462	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
463	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
464	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
465	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
466	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
467	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
468	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
469	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
470	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
471	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
472	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
473	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
474	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4
475	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
476	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4
477	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
478	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
479	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
480	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4
481	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5
482	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
483	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	2	5	5
484	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	5	3	4	3
485	5	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	4	5	4
486	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
487	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3
488	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
489	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
490	5	4	3	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5
491	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5

492	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
493	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5
494	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5
495	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
496	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4
497	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
498	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
499	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4
500	5	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	2	5	4
501	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5
502	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
503	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
504	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
505	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	3	5
506	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
507	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
508	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5
509	4	5	3	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3
510	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4
511	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5
512	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5
513	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4
514	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5
515	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
516	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
517	5	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3

Lampiran 4. Hasil Respon Kuesioner Variabel Y

No.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
1	4	4	5	4	5
2	4	4	4	4	4
3	5	4	5	5	4
4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4
6	5	4	5	5	4
7	4	4	4	4	4
8	3	3	4	4	5
9	4	4	4	3	3
10	3	4	4	3	4
11	4	4	4	3	4
12	4	4	4	3	4
13	4	4	4	3	3
14	4	4	4	4	4
15	4	3	2	2	3
16	4	4	4	5	5
17	4	4	4	4	5
18	4	4	4	3	3
19	4	4	3	3	3
20	5	4	4	4	5
21	5	5	5	5	5
22	5	4	5	4	3
23	5	5	5	5	5
24	4	4	4	3	4
25	5	4	4	4	4
26	4	4	4	2	4
27	1	1	1	1	2
28	1	1	1	1	1
29	5	5	5	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5
33	3	5	4	3	5
34	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5
36	4	4	4	2	4
37	4	4	4	2	4
38	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5

41	5	5	5	4	5
42	3	3	3	3	3
43	5	5	5	5	5
44	3	3	3	3	3
45	5	5	4	5	5
46	4	5	5	4	5
47	4	4	5	5	5
48	4	3	3	4	3
49	4	4	4	3	3
50	5	5	5	5	5
51	5	4	4	4	4
52	3	3	5	3	3
53	3	3	2	2	2
54	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5
56	4	4	3	2	3
57	3	4	4	3	3
58	3	5	4	3	4
59	4	4	4	4	4
60	4	4	4	3	3
61	4	4	4	3	4
62	5	5	5	5	5
63	4	5	4	4	3
64	5	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5
67	4	4	3	3	4
68	3	3	3	4	4
69	4	4	5	4	4
70	5	5	4	5	4
71	4	3	4	3	5
72	4	5	5	5	5
73	3	4	4	3	4
74	4	5	4	4	4
75	4	4	4	3	4
76	5	4	4	3	4
77	4	5	4	3	4
78	4	4	4	3	3
79	3	3	4	1	1
80	5	5	5	5	5
81	4	4	5	2	3

82	4	4	4	2	4
83	4	4	5	3	4
84	5	5	5	5	5
85	4	4	5	3	4
86	5	5	5	5	4
87	5	5	5	5	5
88	4	4	4	5	4
89	5	5	5	5	5
90	5	5	4	5	5
91	5	5	5	2	2
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	2	2
94	2	5	4	3	4
95	4	5	5	4	4
96	5	5	5	4	4
97	4	4	3	3	3
98	3	4	4	3	4
99	4	4	4	3	3
100	4	4	5	4	4
101	4	4	4	3	3
102	4	4	4	4	4
103	4	4	4	3	4
104	5	5	4	3	4
105	4	4	4	2	4
106	4	5	4	2	4
107	4	4	3	2	3
108	4	4	4	3	3
109	4	3	4	3	3
110	4	4	4	2	4
111	5	5	5	4	5
112	5	4	3	3	3
113	5	5	5	5	5
114	5	5	5	5	4
115	5	5	4	4	5
116	4	4	4	4	4
117	4	2	5	1	2
118	4	4	4	3	3
119	4	4	4	4	4
120	5	5	5	4	4
121	5	4	4	4	4
122	5	5	5	5	5

123	5	5	4	4	5
124	4	4	4	4	4
125	5	5	5	4	5
126	5	4	4	4	4
127	3	5	3	3	4
128	5	5	5	5	5
129	4	4	4	4	4
130	1	2	1	3	2
131	4	4	4	4	4
132	3	3	1	1	3
133	4	4	4	4	4
134	4	5	4	3	4
135	4	5	4	3	3
136	5	5	5	5	5
137	4	4	4	5	4
138	5	5	5	5	5
139	4	4	4	4	4
140	3	4	4	3	3
141	4	4	5	5	5
142	5	5	5	3	4
143	4	4	4	4	4
144	4	4	5	4	3
145	4	4	3	4	3
146	4	4	4	3	4
147	4	4	4	3	3
148	5	5	4	4	4
149	4	4	4	5	5
150	4	4	4	5	5
151	4	4	3	3	4
152	5	4	4	2	2
153	4	4	4	4	4
154	5	5	5	4	4
155	3	4	4	3	4
156	5	5	5	5	5
157	4	4	4	4	3
158	4	5	5	3	3
159	5	5	5	3	3
160	4	4	4	4	4
161	4	4	5	4	5
162	1	1	1	2	1
163	4	5	4	4	5

164	5	5	5	5	5
165	5	4	4	3	3
166	3	3	3	2	3
167	4	4	5	5	5
168	5	5	5	4	4
169	3	5	5	3	4
170	5	5	5	4	5
171	4	5	5	4	4
172	4	4	3	3	3
173	4	4	4	3	4
174	5	4	4	2	2
175	5	5	5	4	5
176	4	5	5	3	4
177	3	3	4	3	4
178	4	4	4	3	4
179	4	4	4	4	4
180	4	4	3	3	3
181	4	4	4	3	4
182	5	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5
184	5	4	4	5	5
185	4	4	4	4	4
186	5	5	5	4	5
187	3	3	3	3	3
188	4	4	4	3	3
189	3	4	4	2	3
190	4	4	4	4	4
191	5	4	4	3	3
192	5	5	5	5	5
193	4	4	4	4	4
194	4	5	4	4	4
195	3	4	4	3	3
196	4	4	4	3	4
197	4	4	4	2	4
198	3	3	3	3	4
199	4	4	4	4	4
200	5	5	5	5	5
201	4	4	3	3	4
202	4	4	4	4	4
203	5	5	5	5	5
204	5	4	5	4	4

205	4	4	4	5	4
206	4	4	4	4	4
207	4	4	3	4	4
208	5	5	5	4	5
209	5	5	4	5	5
210	4	4	4	4	4
211	4	4	4	3	2
212	5	4	5	5	4
213	3	4	3	4	5
214	4	4	4	3	4
215	4	4	5	5	5
216	4	4	3	3	3
217	4	4	4	3	4
218	3	3	4	2	3
219	5	4	5	4	4
220	2	4	4	3	4
221	4	5	5	4	4
222	5	5	5	5	5
223	5	5	5	4	5
224	4	4	4	4	3
225	4	5	5	3	4
226	4	4	3	4	3
227	4	4	3	4	4
228	3	3	4	3	4
229	4	5	4	3	3
230	5	5	5	3	5
231	5	5	5	5	5
232	4	4	4	4	4
233	5	5	5	5	4
234	4	4	5	3	4
235	5	5	4	4	4
236	4	3	4	3	5
237	4	5	5	3	4
238	4	4	4	4	4
239	4	3	3	3	3
240	4	4	4	3	4
241	4	4	4	3	3
242	5	4	4	4	4
243	5	5	4	5	5
244	4	4	4	4	4
245	4	4	4	5	5

246	4	4	4	4	4
247	2	4	4	2	2
248	4	4	4	3	3
249	4	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4
251	4	4	4	4	4
252	4	4	4	4	4
253	4	4	4	4	4
254	2	2	2	1	2
255	4	4	4	4	4
256	4	5	5	4	5
257	5	5	4	4	4
258	4	4	4	3	4
259	4	3	3	3	3
260	4	4	4	4	4
261	5	5	5	5	5
262	4	4	4	4	4
263	4	4	5	4	4
264	5	5	5	5	5
265	5	5	5	5	5
266	5	5	5	5	5
267	5	5	5	5	5
268	4	4	3	3	3
269	3	5	5	5	4
270	3	5	5	5	5
271	4	4	4	3	4
272	5	4	5	5	5
273	4	4	3	3	3
274	4	4	4	3	4
275	5	4	4	3	4
276	5	5	4	4	4
277	4	4	5	3	4
278	4	4	5	3	4
279	4	4	5	5	4
280	4	4	5	2	3
281	5	5	5	3	4
282	4	4	4	4	4
283	4	3	4	5	4
284	4	4	4	4	4
285	4	4	4	3	3
286	3	4	3	2	3

287	3	4	3	3	3
288	4	4	3	3	4
289	3	4	4	3	4
290	4	5	5	5	4
291	5	5	5	5	5
292	4	4	4	3	3
293	4	4	4	3	4
294	5	5	5	5	4
295	5	5	5	5	5
296	5	5	5	3	2
297	3	4	4	3	4
298	5	5	5	5	5
299	3	5	4	4	5
300	5	5	5	5	4
301	5	5	5	4	4
302	5	5	5	5	5
303	5	5	5	4	4
304	5	5	5	5	5
305	4	4	4	3	3
306	5	5	5	5	4
307	5	5	5	5	5
308	3	4	4	4	3
309	4	5	4	3	5
310	4	4	5	4	4
311	4	4	4	4	4
312	2	4	4	3	2
313	4	4	4	4	4
314	5	5	5	5	5
315	4	5	4	5	4
316	5	5	5	5	5
317	3	4	3	3	3
318	5	4	5	4	4
319	3	4	3	2	4
320	4	4	4	4	4
321	5	5	5	4	4
322	4	4	4	4	4
323	5	5	4	5	4
324	3	3	4	4	3
325	5	4	4	4	4
326	5	5	5	4	4
327	3	3	4	4	3

328	4	5	4	3	3
329	5	5	5	5	5
330	5	4	5	5	5
331	4	4	3	3	3
332	5	5	5	5	5
333	4	4	5	4	4
334	3	3	3	3	4
335	4	4	4	4	3
336	4	3	4	3	4
337	4	4	4	3	3
338	4	4	4	4	4
339	4	4	4	3	4
340	4	3	4	1	2
341	4	4	4	4	4
342	5	5	5	5	5
343	4	5	5	4	4
344	4	3	3	3	3
345	4	4	4	4	4
346	2	2	2	2	2
347	5	5	5	5	5
348	5	5	4	4	3
349	4	4	4	2	4
350	4	4	4	4	4
351	4	4	4	4	4
352	4	4	4	4	4
353	4	5	5	4	4
354	4	4	4	4	4
355	5	5	5	5	5
356	4	4	4	2	3
357	4	4	4	4	4
358	5	4	4	4	5
359	4	4	5	3	4
360	5	5	5	4	4
361	4	4	4	3	3
362	4	4	4	3	4
363	4	5	4	4	4
364	5	5	5	5	5
365	4	4	4	4	4
366	3	4	4	3	4
367	4	4	4	4	4
368	4	4	4	2	3

369	5	5	5	4	4
370	4	4	4	4	4
371	4	4	4	3	4
372	4	4	4	3	2
373	3	2	2	2	1
374	3	4	4	3	3
375	4	5	3	3	4
376	4	4	5	4	4
377	4	4	4	3	4
378	4	4	4	4	4
379	4	4	4	4	4
380	4	5	5	4	4
381	3	4	4	3	3
382	3	3	4	3	3
383	3	3	3	3	3
384	4	4	4	4	3
385	4	4	4	3	4
386	4	4	4	4	4
387	3	3	3	3	4
388	4	4	4	3	3
389	2	4	4	2	3
390	4	4	4	4	4
391	4	4	4	2	3
392	4	3	3	3	3
393	4	5	4	4	3
394	4	3	3	3	4
395	4	4	4	2	4
396	4	5	3	3	4
397	4	5	4	5	4
398	4	5	5	3	4
399	4	4	3	3	4
400	5	4	5	3	3
401	4	5	5	4	4
402	5	4	4	5	3
403	4	5	4	3	4
404	4	5	4	3	4
405	4	4	5	4	4
406	4	5	5	3	3
407	5	4	5	4	5
408	5	5	4	4	5
409	5	5	4	4	5

410	4	4	4	3	4
411	4	4	3	3	4
412	5	5	4	4	5
413	5	5	5	5	5
414	5	5	5	5	5
415	4	4	4	4	4
416	4	4	4	3	4
417	4	4	4	3	4
418	5	5	5	4	5
419	4	4	4	3	4
420	5	5	5	5	5
421	4	5	4	3	4
422	4	4	4	4	4
423	4	5	5	4	4
424	4	4	4	4	4
425	4	4	4	3	4
426	4	4	4	3	4
427	5	5	5	5	5
428	5	5	5	3	4
429	5	5	5	5	5
430	5	5	4	4	3
431	2	4	5	2	4
432	4	4	4	4	4
433	5	5	5	5	4
434	5	4	5	5	5
435	5	5	4	3	3
436	5	4	3	4	3
437	4	5	5	5	5
438	4	4	4	4	4
439	4	4	4	4	4
440	4	4	4	3	3
441	4	5	4	4	5
442	4	4	5	5	5
443	5	5	5	5	5
444	4	4	5	5	5
445	5	5	5	5	4
446	4	4	4	5	5
447	5	5	5	5	5
448	5	5	5	5	5
449	5	4	5	5	4
450	5	5	5	5	5

451	5	5	5	5	5
452	4	5	5	5	5
453	4	5	5	5	5
454	5	5	3	3	4
455	5	5	5	3	3
456	4	4	4	4	4
457	5	5	5	5	5
458	4	4	5	4	4
459	5	4	5	4	5
460	4	4	3	2	4
461	4	5	5	4	5
462	5	5	5	5	5
463	4	4	4	4	4
464	5	5	5	5	5
465	4	4	4	4	4
466	5	5	4	4	4
467	3	4	4	3	3
468	5	4	3	5	4
469	4	4	4	4	4
470	5	5	5	5	5
471	5	5	5	5	5
472	5	5	5	5	5
473	5	5	5	5	5
474	5	4	4	4	3
475	5	5	4	5	4
476	4	4	4	3	3
477	4	4	4	4	4
478	5	4	4	3	4
479	5	5	4	4	4
480	3	4	4	4	4
481	5	4	5	3	3
482	4	4	4	3	4
483	5	5	5	2	2
484	4	4	2	1	2
485	4	4	4	3	3
486	3	5	5	4	5
487	4	4	4	3	3
488	4	5	5	4	5
489	4	4	4	3	3
490	4	5	5	3	5
491	4	5	5	4	5

492	4	4	4	3	4
493	4	5	4	5	4
494	4	4	5	4	5
495	5	4	5	4	5
496	3	4	5	4	5
497	4	4	4	3	3
498	4	5	5	3	5
499	4	5	5	4	4
500	3	4	5	2	2
501	5	4	5	5	4
502	5	5	5	5	5
503	5	4	5	5	4
504	5	5	4	5	5
505	5	5	4	5	5
506	5	5	5	4	4
507	5	5	5	5	5
508	5	5	5	4	5
509	4	3	4	3	4
510	4	4	5	4	5
511	4	4	5	4	5
512	4	5	5	5	5
513	5	5	4	4	5
514	5	4	4	4	5
515	5	4	5	4	5
516	5	4	5	5	4
517	3	4	3	3	5

Lampiran 5. Lembar Bimbingan Skripsi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DJUANDA BOGOR

Lampiran 23. Lembar Bimbingan Skripsi

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aggita Desvia Wardani
NIM : 6. 1810908
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Grabfood Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Bogor
Nomor SK : 159/01/FISIP/ Tanggal 23 feb 2022
Pembimbing I : Dr. H. Muhammad Luthfie Drs. M.Si
Pembimbing II : Dr. Agustina M. Purnomo S.P., M.Si

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
3/03/2022	Perbaiki pendahuluan		4/3/2022	- Latar bel. - Rumusan Tujuan.	
9/3/2022	Perbaiki turunan Variabel		7/3/2022	Kerangka pemikiran	
8/4/2022	Rumusan dan Tujuan Penelitian		11/3/2022	Perubahan Variabel	
			14/3/2022	Teori yg Relevan.	
8/4/2022	Acc. Kolokium		06/4/2022	Acc. Kolokium	

Scanned by TapScanner

LAMPIRAN PEDOMAN SKRIPSI 2021

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
	Penyelesaian Draf			Penyelesaian Draf	

Scanned by TapScanner

LEMBAR KOREKSI PEMBIMBING

Tanggal	Koreksi Pembimbing I	Paraf	Tanggal	Koreksi Pembimbing II	Paraf
6/6-22	Artikel Ilmiah			Artikel Ilmiah	
6/8-22	Acc. Seminar Hasil			Acc. Seminar Hasil	
	Acc. Sidang Skripsi			Acc. Sidang Skripsi	
8/8-22					
30/8-22	Acc. Penjilidan			Acc. Penjilidan	

Lampiran 6. Surat Izin Publikasi

SURAT PERNYATAAN
Perihal: Izin Publikasi

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Aggita Desvia Wardani
NIM	: G.1810908
Fakultas/ Universitas	: Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer/ Universitas Djuanda Bogor
Program Studi	: Sains Komunikasi
Judul Penelitian	: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN GRABFOOD TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA BOGOR**

Pembimbing I	: Dr. H. Muhammad Luthfie, Drs. M.Si.
Pembimbing II	: Agustina M. Purnomo, Dr., S.P., M.Si.

Dengan ini menyatakan bahwa artikel dan data hasil skripsi saya copyright-nya diserahkan kepada Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer untuk kepentingan publikasi. Saya memberikan izin kepada Fakultas untuk memodifikasi judul dan isi artikel serta susunan penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam keadaan sehat dan tidak ada tekanan dari pihak manapun.

Menyetujui,
Dekan,

Ginung Pratidina, Dra., M.Si.
NIP. 196705191992032003

Bogor, 14 Juni 2022
Yang membuat pernyataan,

Aggita Desvia Wardani
NIM. G.1810908

Lampiran 7. Artikel Skripsi

Jurnal Komunikatio p-ISSN 2442-3882; e-ISSN 2549-8002 Volume 6 Nomor 2, Oktober 2020

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *GRABFOOD* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA BOGOR

EFFECT OF GRABFOOD SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION IN BOGOR CITY

Aggita Desvia Wardani[1*] Dr, H, Muhammad Luthfie Drs. M.Si[2],

[12]program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik dan Ilmu Komputer Universitas Djuanda Bogor

Jl. Tol Ciawi No.1 Kotak Pos 35 Bogor 16740

*Korespondensi:

(Diterima oleh Dewan Redaksi:)
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi:)

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality and the quality of interaction from Grabfood on consumer satisfaction in Bogor City. The research approach is carried out by quantitative methods. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis technique. To analyze the data, the study used multiple linear regression analysis, determination coefficients, and also hypothesis tests with the t test and f test. Based on these results with service quality variables in which there are indicators such as Service Quality, Quality of Resto and Trusted Services, and also interaction quality variables there are indicators such as Quality of communication in apps, Quality of direct communication, and consumer satisfaction variables such as Product Quality, Quality of Service, Emotions, Price and Cost. Obtained regression coefficient in this study is Y = 1,436 + 0.331 X1 + 0.318 X2 which has a constant value of 1,436, then has a service quality coefficient of 0.331 and also has a interaction quality coefficient of 0.318 has a positive value that can be interpreted that the quality of service (X1) and the quality of interaction (X2) have a positive effect on consumer satisfaction (Y). The results of the t test also showed that the variables of service quality and interaction quality had the same level of significance, which is 0.00 which means that the value is smaller than $\alpha = 0.05$. Therefore, Ha was accepted and Ho was rejected, meaning that there was a variable influence of service quality variables and interaction quality on consumer satisfaction variables with an influence value of 62.4% obtained through the determination coefficient test and the rest was influenced by variables not included in this study. It can be concluded that the quality of service provided by Grabfood has a significant effect on consumer satisfaction in Bogor City.

Keywords: *Information, Legislative, Political communication*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas interaksi dari Grabfood terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor. Pendekatan penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan juga uji hipotesis yaitu dengan uji t serta uji f. Berdasarkan hasil tersebut dengan variabel kualitas pelayanan yang didalamnya terdapat indikator seperti Kualitas Pelayanan, Kualitas Resto dan Layanan Terpercaya, dan juga variabel kualitas interaksi terdapat indikator seperti Kualitas komunikasi di apps, Kualitas komunikasi langsung, serta variabel kepuasan konsumen seperti Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosi, Harga dan Biaya. Diperoleh koefisien regresi dalam penelitian ini adalah Y = 1,436 + 0,331 X1 + 0,318 X2 yang dimana memiliki nilai konstanta sebesar 1,436, kemudian memiliki koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,331 dan juga memiliki nilai koefisien kualitas interaksi sebesar 0,318 memiliki nilai positif yang dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan (X1) dn kualitas interaksi (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil uji t juga menunjukkan pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas interaksi memiliki tingkat signifikansi yang sama yaitu 0,00 yang dimana artinya nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05. Oleh karena itu, Ha diterima dan Ho ditolak, artinya terdapat pengaruh variabel variabel kualitas pelayanan dan kualitas interaksi terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai pengaruh 62,4% yang diperoleh melalui uji koefisien determinasi dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk kedalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grabfood berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Grabfood*, Kepuasan Konsumen.

Aggita Desvia Wardani, Muhammad Luthfie. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Grabfood* Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Bogor. Jurnal Komunikatio:

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman yang diikuti dengan perkembangan teknologi, menjadi tuntutan manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi persaingan, dengan maksud agar dapat memenangkan dalam persaingan yang dihadapinya (Marati, 2016:1). Ketika memenangkan suatu persaingan, menuntut setiap perusahaan untuk dapat memberikan suatu rasa kepuasan kepada seluruh pelanggan konsumennya. Problematika yang kerap kali dihadapi oleh perusahaan ialah bahwa perusahaan belum tentu bisa memberikan rasa kepuasan maksimal yang benar-benar menjadi harapan (expectation) konsumen atau pelanggan (Amanah, 2010:71).

Persaingan yang semakin gencar, setiap perusahaan akan menawarkan segala keunggulannya yang dimiliki kepada konsumen potensialnya dengan berbagai cara (Disastra dan Wulandari, 2017:53). Perusahaan tentunya dituntut

mampu memastikan jika kualitas pelayanan yang diberikan tentunya mendapatkan tingkat kepuasan yang baik dari pelanggan atau konsumen. Kondisi tersebut mengharuskan setiap perusahaan agar dapat menciptakan berbagai keunggulan kompetitif di bidang bisnisnya agar dapat bersaing secara berkelanjutan (Khairina dan Julianda, 2021:2).

Tingginya mayoritas masyarakat pengguna smartphone di Nusantara, dibarengi dengan tingginya jumlah masyarakat pengguna internet dalam kegiatan transaksi memberikan suatu potensi yang besar untuk perkembangan transaksi yang dilakukan secara online (Prinitasari dan Sidqi, 2021:12). Seiring dengan lajunya perkembangan teknologi yang ada, kini telah muncul transportasi yang dengan mudah dapat diakses menggunakan berbagai macam aplikasi pilihan pada smartphone yang bisa disebut sebagai transportasi online (Octavia, 2020:2). Transportasi ialah sebuah sarana penunjang yang bersifat penting yang mendukung masyarakat dalam mobilitas aktivitasnya sehari-hari. Semakin banyak jumlah transportasi maka akan semakin meringankan masyarakat dalam perekonomian (Saputri, 2019:47).

Berkembangnya teknologi, kini muncul transportasi yang dapat diakses memakai aplikasi yang sifatnya lebih praktis khusus untuk transportasi online. Berbagai perusahaan bersaing dalam bidang tersebut guna mendapatkan banyak pelanggan atau konsumen untuk berlomba dengan perusahaan serupa. Salah satunya yang sedang meningkat pesat penggunanya yaitu PT. Grab Indonesia. Grab merupakan sebuah perusahaan yang berasal dari Malaysia yang melayani aplikasi penyedia transportasi (Reppi, Moniharapon dan Loindong, 2021:1483).

PT. Grab Indonesia mengembangkan layanan aplikasi tambahan didalamnya seperti *GrabTaxi, GrabCar, GrabShare, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch Car* (Aspiani, 2018). Selain dari pada itu Grab juga memiliki beberapa kelebihannya yang ditawarkan seperti driver yang sudah banyak tersebar luas di seluruh Indonesia dan jangkauan yang luas, mendapatkan banyak promo yang menarik hingga pembayaran yang dapat dilakukan melalui dompet digital seperti *OVO* yang dapat mempermudah transaksi konsumen dan pastinya lebih aman.

Salah satu layanan dari aplikasi Grab yang banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat adalah *GrabFood*. *GrabFood* merupakan salah satu dari layanan Grab yang menyediakan jasa pengantar pesanan makanan dari berbagai outlet di Nusantara (Putri dan Huda, 2020:7). Layanan food delivery akhir-akhir ini sangat digemari oleh banyak kalangan. Perusahaan yang menjalin bisnis di bidang tersebut biasanya bekerjasama dengan berbagai rumah makan atau restoran di tempat-tempat agar dapat memesan makanan dari aplikasi mereka (Wijaya, 2018:4).

Grabfood mempunyai beberapa layanan yang disediakan khusus demi mendapatkan respon positif dan kepuasan konsumennya. Memiliki SDM kurir yang terpercaya merupakan salah satu keputusan yang amat penting dalam segi bisnis karena dapat hal tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, maka dari itu

Grabfood membentuk pelayanan kurir mereka sendiri agar dapat menjamin makanan dan minuman yang mereka kirim sampai di tangan konsumen dengan keadaan baik (Richmayati, 2021). Kualitas pelayanan dari *Grabfood* juga memperhatikan kepuasan konsumennya dari segi kualitas restoran pilihan. Hal tersebut akan dianggap memuaskan dan baik dimata konsumen jika restoran dapat memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen, jika pelayanan yang diberikan lebih kurang memuaskan, maka kualitas restoran dianggap buruk (Dewa, 2019). *Grabfood* juga merupakan platform atau aplikasi dengan penyedia sarana pemesanan hingga pengiriman makanan dan minuman yang didukung pula dengan kualitas layanan terpercaya dan mudah digunakan oleh konsumen seperti menyediakan layanan *customer service* (Rosmiati dan Ali, 2021).

Suatu perusahaan tentu tidak akan berkembang jika dari segi kualitas pelayannya kurang baik. Kualitas pelayanan merupakan sebuah upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaian guna mengimbangi harapan (*expectation*) konsumen (Sholihat dan Rumyeni, 2018:2). Kualitas pelayanan dengan sederhana dapat diartikan sebagai sebuah ukuran seberapa baik tingkat suatu layanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan konsumen (Kodu, 2013:1252). Suatu pelayanan yang tinggi akan menghasilkan sebuah kepuasan yang bertingkat tinggi pula beserta dengan pembelian yang lebih sering atau pembelian secara berkala. Tidak hanya itu, bahkan konsumen akan merekomendasikan kepada yang lainnya.

Terdapat dua faktor utama yang sangat berpengaruh pada kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kemampuan perusahaan tersebut yang dapat dirasakan oleh para konsumennya (Octavia, 2020). Layanan sendiri ialah salah satu proses yang amat penting dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan bagi konsumen hingga banyak perusahaan menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap seorang dalam perusahaan.

Menurut Pardede dan Haryadi (2017), kepuasan merupakan suatu tingkat perasaan seseorang ketika telah membandingkan kemampuan dari perusahaann yang dirasakan dengan ekspektasi, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan ekspektasi.

Kepuasan konsumen adalah salah satu variabel penentu keberhasilan suatu perusahaan (Liman, 2017:95). Terwujudnya kepuasan dari konsumen dapat meraih beberapa keuntungan, diantaranya hubungan antar konsumen dan perusahaan menjadi lebih harmonis, terwujudnya kesetiaan dari konsumen, dan juga membentuk rekomendasi positif (Noer dkk, 2021:1). Perusahaan bisa terhempas dari persaingan antar perusahaan yang bergerak dalam bisnis yang sama akibat muncul kepuasan yang buruk atau tidak baik dari konsumen, dalam artian telah membuat konsumen kecewa. Menurut Pardede dan Haryadi (2017), konsumen yang kecewa atau tidak puas akan meninggalkan kesan yang berbeda, mungkin akan mencari informasi mengenai pembelian, atau bahkan menjelek-jelekan jasa atau produk tersebut pada kerabatnya.

MATERI DAN METODE

MATERI

Komunikasi Melalui *Apps Mobile*

Grab menggunakan media komunikasi yang memfasilitasi komunikasi antara pelanggan dengan pegawai Grab (*driver*). Komunikasi antara pelanggan dengan Grab melalui *apps* pelayanan *mobile* dipengaruhi oleh faktor kualitas interaksi (Wang, Ou, dan Chen, 2019). Kualitas interaksi adalah evaluasi pelanggan berdasarkan pengalaman berinteraksi dengan *apps* pelayanan *mobile* selama penggunaan layanan (Lu et al., 2009). Interaksi antara pelanggan dengan penyedia layanan menentukan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Aladwani dan Dwivedi, 2018) melalui kepercayaan terhadap penyedia layanan, empati dan kedapat-diterimaan penyedia layanan oleh pelanggan (Hossain et al., 2015).

Penggunaan media komunikasi digital menyebabkan komunikasi antara Grab dengan pelanggan merupakan komunikasi tidak langsung. Pelanggan terlebih dahulu

berinteraksi dengan *apps* sebelum berinteraksi dengan *driver* atau dikenal dengan istilah *mobile service quality*. Faktor-faktor terkait interaksi dalam *apps* pelayanan *mobile* seperti perilaku, keahlian, kemampuan menyelesaikan masalah dan informasi (Zhao et al., 2012) yang dilakukan oleh pemberi layanan langsung tidak terjadi. Bentuk komunikasi seperti saat pelanggan bertanya mengenai produk atau layanan tidak dipengaruhi oleh perilaku pemberi layanan secara langsung seperti pada penelitian terdahulu (Ou, Shih, Chen, dan Tzeng, 2012). Bentuk informasi yang terukur dan terjadi saat komunikasi (*real time*) lebih tepat untuk mengkaji komunikasi dengan menggunakan *apps* layanan *mobile* yang tidak melibatkan pelayan langsung (Lu et al., 2009). Bentuk informasi yang berorientasi pada penyelesaian masalah pelanggan lebih efektif dalam membangun kualitas interaksi yang baik (Lu et al., 2009; Caro dan Garcia, 2007).

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Zeithaml, 2009). Komunikasi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkait dengan media atau apps adalah kualitas informasi produk dalam apps (Evanschitzky, Kenning, dan Vogel, 2004), keamanan informasi pelanggan, keterpercayaan data dalam *apps*, *display* atau penyajian data yang menarik dan kecepatan respon apps (Ilham, 2018). Kualitas komunikasi juga terkait dengan kualitas komunikasi *driver* dengan pelanggan yang dilihat dari kesopanan *driver* (Ilham, 2018), kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan (Jessica dan Abraham, 2019), jujur dan beretika (Indriyarti dan Wijihastuti, 2021), serta kemampuan komunikasi langsung dengan pelanggan (Widyatama et al., 2020).

Mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu maka faktor komunikasi mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan *GrabFood* Grab adalah yang dapat membangun kualitas interaksi yang baik antara Grab dengan pelanggan. Kualitas interaksi dipengaruhi oleh dua sisi. Pertama, komunikasi melalui *apps* layanan *mobile*. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi melalui apps layanan *mobile* adalah informasi yang terukur dan terjadi saat komunikasi (*real time*), informasi yang berorientasi pada penyelesaian masalah, kualitas informasi produk dalam apps, keamanan informasi pelanggan, keterpercayaan data dalam *apps*, *display* atau penyajian data yang menarik dan kecepatan respon *apps*. Kedua, kemampuan komunikasi dari *driver* saat bertemu pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi langsung antara *driver* dengan pelanggan adalah kesopanan, kejujuran, etika, dan kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan.

Psikologi Komunikasi

Menurut Miller, Psikologi Komunikasi diartikan sebagai "*Psychology is the science that attemps to describe, predict, and control mental and behavioral events*" (ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral (perilaku) dalam komunikasi. Sementara itu peristiwa mental adalah apa yang disebut dengan Fisher (internalmediation of stimuli), sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Peristiwa behavioral adalah apa yang tampak ketika orang berkomunikasi (Rahmat, 2007: 7-9).

Menguraikan berarti suatu kegiatan menganalisis, mengapa suatu tindakan komunikasi bisa terjadi, apa yang terjadi dalam diri kita sehingga tindakan tersebut bisa terjadi. Meramalkan berarti membuat suatu generalisasi tertentu atas sejumlah perilaku tertentu yang dihubungkan dengan kondisi psikologis tertentu, maka kita akan bisa meramalkan bentuk perilaku apa yang akan muncul jika suatu stimulus diberikan kepada orang dengan karatek psikologis tertentu. Mengendalikan berarti kita bisa melakukan campur tangan tertentu (manipulasi) jika kita menginginkan atau tidak menginginkan suatu efek tertentu dari suatu komunikasi yang dilakukan (Yanti, 2019: 249).

Proses komunikasi dalam praktiknya tidak hanya melibatkan pengirim dan penerima pesan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor personal (*frame of reference danfield of experience*) dan faktor situasional (lingkungan fisik, geografis dan budaya). Kedua faktor ini mempengaruhi kesuksesan kegiatan komunikasi. Komunikasi merupakan

proses menuju *to common*, yakni sebuah proses untuk membentuk persepsi dan pemahaman yang sama antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan). Proses *to common* dalam mengirim, menerima dan menerjemahkan pesan komunikasi akan berpengaruh terhadap proses modifikasi ide, opini, attitude, dan behavior. Psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, proses saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan diantara organisme (Rakhmat, 2007: 9).

Beberapa kontribusi psikologi bagi perkembangan ilmu komunikasi adalah sebagai berikut: (a) Psikologi berperan dalam hal bagaimana mengukur efektifitas komunikasi yang dilakukan antar berbagai partisipan komunikasi; (b) Psikologi berhubungan dengan stimulus dan respon terhadap suatu pesan, dengan begitu psikologi berperan dalam hal produksi pesan yang diakukan oleh berbagai partisipan; (c) Psikologi membantu komunikator memahami area atau cakupan medan komunikasi suasana yang dirasakan oleh komunikan dan berbagai proses yang mempengaruhinya; (d) Psikologi membantu memahami berbagai peristiwa komunikasi dalam konteks personal dan massa; dan (e) Psikologi membantu meramalkan, mengendalikan dan mendeskripsikan hal-hal yang berkaitan dengan mental dan perilaku dari para partisipan komunikasi.

Psikologi menganalisa seluruh komponen komunikasi. Adapun pada diri komunikan, psikologi memetakan karakteristik komunikan (baik pada saat sendirian maupun bagian dari kelompok) dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Adapun pada diri komunikator psikologi menganalisis proses ideasi pesan, proses penerimaan pesan, proses pengiriman pesan dan faktor personal dan situasional yang mempengaruhinya (Yanti, 2019: 250).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan mengeneralisasi temuan penelitian sehingga dapat digunakan untuk memprediksi situasi yang sama pada populasi lain. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Penelitian kuantitatif dimulai dengan teori dan hipotesis. (Mahriani, 2015)

Unit (satuan) analisis data penelitian ini adalah konsumen PT. Grab Indonesia di Kota Bogor, berdasarkan data dari Badan Pusat Statitstik (BPS) Kota Bogor pada tahun 2020 tercatat total populasi di Kota Bogor sebanyak 1.048.610..

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis berupa uji t dan uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Bentuk persamaan dihitung dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapun persamaan tersebut adalah untuk menunjukan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas interaksi *Grabfood* terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor. Adapun hasil perhitungan dengan bantuan *IBM SPSS 25* maka dapat diketahui hasil analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,436	,682		2,105	,036
	Kualitas Pelayanan	,331	,076	,184	4,365	,000
	Kualitas Interaksi	,318	,021	,641	15,193	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1{,}436 + 0{,}331\ X1 + 0{,}318\ X2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai interpretasi sebagai berikut :

1. Konstanta = 1,436
   Jika variabel kualitas pelayanan dan kualitas interaksi dianggap sama dengan nol, maka variabel hasil kepuasan konsumen sebesar 1,436

2. Koefisien kualitas pelayanan X1 = 0,331 memiliki nilai positif dapat diartikan kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).
3. Koefisien kualitas interaksi X2 = 0,318 memiliki nilai positif dapat diartikan kualitas interaksi (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Besarnya hubungan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas interaksi (X2) dengan variabel dependen kepuasan konsumen (Y) adalah dengan melihat nilai R. sedangkan determinasi (R2) atau sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas interaksi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat dilihat pada nilai R *square*. Dilihat pada tabel berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790[a]	,624	,622	1,89706

a. Predictors: (Constant), Kualitas Interaksi, Kualitas Pelayanan

Besarnya hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1) serta kualitas interaksi (X2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y), dapat dilihat dari nilai R *square*/R2, nilai determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Dapat diliat pada Tabel hasil perhitungan menggunakan SPSS dan juga rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = R2 \times 100\%$$

Diketahui :
Nilai R2 atau R *square* = 0,624

$$KD = 0{,}624 \times 100\%$$
$$KD = 62{,}4\%$$

Dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan kualitas interaksi (X2) mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 62,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

3. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan kualitas interkasi (X2) mempengaruhi variabel depeden kepuasan konsumen (Y) secara signifikan atau tidak, dengan membandingkan thitung dan ttabel, thitung lebih besar dari ttabel (t hitung > t tabel) maka menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen

Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut :

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,436	,682		2,105	,036
	Kualitas Pelayanan	,331	,076	,184	4,365	,000
	Kualitas Interaksi	,318	,021	,641	15,193	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hipotesis :
Ha: Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
Ho: Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

A. Pengujian Hipotesis Uji t pertama (H1)
Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X1 (kualitas pelayanan) diperoleh nilai thitung = 4,365 > 1,964 = t tabel, dan sig = 0,000 < 5%, jadi Ho ditolak. Ini berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen di Kota Bogor.

Kriteria pengambilan keputusan :
Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau (α) = 0,05. Derajat kebebasan (df) = n-k-1 = 517-2-1 = 514, diperoleh ttabel = 1,964.

B. Pengujian Hipotesis Uji t kedua (H2)
Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel X2 (kualitas interaksi) diperoleh nilai thitung = 15,193 > 1,964 = ttabel, dan sig = 0,000 < 5%, jadi Ho ditolak. Ini berarti variabel kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen di Kota Bogor.

Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas pelayanan dan kualitas interaksi secara parsial, maka rekapitulasi pengujian parsial sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel diatas, variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas interaksi (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengembangan karakter (Y). Hal ini ditunjukan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai t tabel.

4. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan kualitas interaksi (X2) mempengaruhi variabel depeden kepuasan konsumen (Y) secara signifikan atau tidak, dengan membandingkan f hitung dan f tabel, jika fhitung lebih besar dari ftabel (f hitung > f tabel) maka menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut:

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3039,861	2	1519,931	419,308	.000[b]
	Residual	1863,175	514	3,625		
	Total	4903,037	516			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Interaksi, Kualitas Pelayanan

Kriteria pengambilan keputusan:
Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau (α) = 0,05. Derajat kebebasan (df) = n-k-1 = 517-2-1 = 514, maka diperoleh f tabel = 3,013.

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai f hitung 419,308 > f tabel 3,013, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas interksi (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang digunakan mengenai pengaruh kualitas pelayanan *Grabfood* terhadap kepuasan konsumen di Kota Bogor, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukan oleh hasil uji t dan uji f. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sedangkan uji f sebesar 0,000 < 0,05, yang artinya hipotesis alternatif (Ha) diterima.
2. Berasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,624 sama dengan 62,4%. Artinya dapat disumpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 62,4%, yang artinya dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

IMPLIKASI PRAKTIS

Grab merupakan sebuah aplikasi dengan menggunakan media komunikasi yang memfasilitasi komunikasi antara konsumen dengan pegawai Grab (*driver*). Komunikasi antara konsumen dengan Grab melalui *apps* pelayanan *mobile* dipengaruhi oleh faktor kualitas interaksi (Wang, Ou, dan Chen, 2019). Kualitas interaksi adalah evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman berinteraksi dengan *apps* pelayanan *mobile* selama penggunaan layanan (Lu et al., 2009). Interaksi antara pelanggan dengan penyedia layanan menentukan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Aladwani dan Dwivedi, 2018) melalui kepercayaan terhadap penyedia layanan, empati dan kedapat-diterimaan penyedia layanan oleh pelanggan (Hossain et al., 2015).

PT. Grab Indonesia mengembangkan layanan aplikasi tambahan didalamnya seperti *GrabTaxi, GrabCar, GrabShare, GrabBike, GrabExpress, GrabFood, GrabHitch Car* (Aspiani, 2018). Selain dari pada itu Grab juga memiliki beberapa kelebihannya yang

ditawarkan seperti *driver* yang sudah banyak tersebar luas di seluruh Indonesia dan jangkauan yang luas, mendapatkan banyak promo yang menarik hingga pembayaran yang dapat dilakukan melalui dompet digital seperti *OVO* yang dapat mempermudah transaksi konsumen dan pastinya lebih aman. Salah satu layanan dari aplikasi Grab yang banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat adalah *GrabFood*. *GrabFood* merupakan salah satu dari layanan Grab yang menyediakan jasa pengantar pesanan makanan dari berbagai outlet di Nusantara (Putri dan Huda, 2020:7).

Kualitas pelayanan dengan sederhana dapat diartikan sebagai sebuah ukuran seberapa baik tingkat suatu layanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan konsumen (Kodu, 2013:1252). Suatu pelayanan yang tinggi akan menghasilkan sebuah kepuasan yang bertingkat tinggi pula beserta dengan pembelian yang lebih sering atau pembelian secara berkala. Tidak hanya itu, bahkan konsumen akan merekomendasikan kepada yang lainnya.

Hal ini dapat disimpulkan kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena dari pelayanan yang diberikan oleh Grab meliputi kualitas interaksi didalamnya. Kualitas interaksi yang diberikan oleh pihak Grab baik itu dilakukan melalui komunikasi melalui apps mobile maupun interaksi yang dilakukan secara langsung antara *driver* dengan konsumen. Keduanya sangat mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai bentuk feedback kepada Grab yang difasilitasi melalui rating atau bintang. Semakin tinggi bintang yang diberikan maka semakin baik pula pelayanan yang diberikan oleh PT. Grab Indonesia terhadap konsumennya. Hal tersebut yang membuat *Grabfood* semakin populer dan dapat bersaing dengan *food delivery* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. R. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.

Abidin, Y. Z. (2015). Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi.

Aladwani, A. M., dan Dwivedi, Y. K. (2018). Towards a theory of SocioCitizenry: Quality anticipation, trust configuration, and approved adaptation of governmental social media. International Journal of Information Management, 43, 261–272.

Alfarizi, M., dan Nuryana, A. (2019). Komunikasi Efektif Interprofesi Kesehatan Sebagai Upaya peningkatan kualitas Pelayanan Rumah Sakit. ETTISAL: Journal of Communication, 4(2), 151-168.

Amanah, D (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. Jurnal Keuangan dan Bisnis,2(1), 71-87.

Anindhita, W., Arisanty, M., dan Rahmawati, D. (2016, November). Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komunikasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). In Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC.

Basit, A., dan Handayani, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Pada Allium Tanggerang Hotel. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 165-177.

Caro, L. M., dan Garcia, J. A. M. (2007). Measuring perceived service quality in urgent transport service. Journal of Retailing and Consumer Services, 14(1), 60–72.

Chistoper Lovelock, Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi Dan Strategi, cet. II, (Jakarta, Erlangga, 2010), h. 153-154.

Choi, B. J., dan Kim, H. S. (2013). The impact of outcome quality, interaction quality, and peer-to-peerquality on customer statisfication wiyh a hospital service. Managing Service Quality: An International Journal.

Gaol, N. T. L. (2016). Teori stress: stimulus, respons, dan transaksional. Buletin psikologi, 24(1), 1-11.

Fanny, O., Muslim, M., dan Siregar, M. R. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan

Keluhan Dengan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi, 4(1), 60-67.

Haribowo, W. P. (2010). Kualitas Pelayanan Perizinan di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Kota Surakarta.

Hossain, M. A., Dwivedi, Y. K., dan Naseem, S. B. (2015). Developing and validating a hierarchical model of service quality of retail banks. Total Quality Management & Business Excellence, 26(5-6), 534–549.

Hukmah, A., dan Harfinah, H. (2018). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Grab di Makassar. Journal of Communication Sciences (JCoS), 1(1), 31-45.

Ilham, R. (2018). Improve quality of e-loyalty in online food delivery services: a case of Indonesia. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 96(15), 4760-4769.

Indriyarti, E. R., dan Wijihastuti, S. (2021). Exploring the Intention Factors Of Using Online Transportation in Jakarta with Multiple Regression. Journal of Business & Applied Management, 14(1), 001-016.

Januar Effendi, Ai Lilli. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, (September 2016). 206.

Jessica, M., dan Abraham, J. (2019). Correlates of Online Transport Drivers' Service Literacy: Service Resilience, Organizational Citizenship Behavior, and Sensation-Seeking. ANIMA Indonesian Psychological Journal, 34(3), 136-147.

Juditha, C. (2020). Dampak Penggunaan Teknologi Informasi Komunikasi Terhadap Pola Komunikasi Masyarakat Desa.

Kadek Indri Novita Sari Putri, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan DdanI Skin Centre Denpasar", Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali, Tahun 2011.922.

Khairina, A. R., dan Julianda, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Lhokseumwe). Visioner and Strategis, 9(1).

Kriyantono, (2009). Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Media Grup.

Kuncoro, M. (2014). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.

Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi, 1(3).

Liman, P., Alfani, M., dan Sulastini, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minyak Goreng Kemasan Cv. Indo Sari Abadi. Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen, 3(2), 95-107.

Lemke, F. Clark, M. and Wilson, J. (2011), "Customer experience quality: an exploration ini business and customer contexts using repertory grid technique:, Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 12 No. 1, pp. 57-67.

Lu, Y., Zhang, L., dan Wang, B. (2009). A multidimensional and hierarchical model of mobile service quality. Electronic Commerce Research and Applications, 8(5), 228–240.

Lumbantobing, V. M. (2015). Peranan Komunikasi Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Lintas Semesta Surabaya. Jurnal Komunikasi, 2015, 9.1:13-20.

Ningsih, N. F. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Jasa Go-Jek Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intaan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Ningsih, S., dan Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. Jambura Journal of Mathematics, 1(1), 43-53.

Noeraini, I. A., dan Sugiono, S. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya.

Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(5).

Octavia, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Kurir Grabfood Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karyawan Puskesmas Basuki Rahmad Kota Bengkulu (Doctoral dissertatiom, IAIN Bengkulu).

Ou, W. M., Shih, C. M., Chen, C. Y., dan Tzeng, C. W. (2012). Effects of ethical sales behavior, expertise, corporate reputation, and performance on relationship quality and loyalty. Service Industries Journal, 32(5), 773–787.

Pangihutan, A., Thamrin M., dan Suparman, A. (2016). Kualitas Pelayanan Jasa Keagenan Kapal Dan Komunikasi Interpersonal Pada Perusahaan Pelayaran. Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik, 2016, 3.2:217-225.

Prabandari, A. I., dan Rahmiaji, L. R. (2019). Komunikasi Keluarga dan Penggunaan Smartphone oleh Anak. Interaksi Online, 7(3), 224-237.

Pranitasari, D., dan Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Meto E-Service Quality dan Kartesius. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 2021, 18.02:12-31.

Purnama, Nursya'bani. Manjemen Kualitas : Persiapan Global. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Ekonisia. (Yogyakarta:2006),14

Putri, N. D. N., dan Munir, H. M. (2021). Analisa Kualitas Pelayanan Melalalui Pola Komunikasi Pelaku Driver Go-Ride Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Kesejahteraan Sosial. Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, 2(2), 13-22.

Putri, N., dan Huda, A. M. (2020). Pengaruh Terpaan Pesan Kode Promo GrabFood terhadap Loyalitas Pelanggan pada Mahasiswa Kota Surabaya. Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya, 7(2), 28-55.

Rustandi, R. (2020). Dakwah Komunitas di Pedesaan dalam Perspektif Psikologi Komunikasi. Irsyad: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, dan Psikoterapi Islam, 8(3), 301-322.

Sabariah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu", Jurnal Ilmu Administrasi Negara, Nomor 4, Tahun 2015, Volume 3, h. 1213.

Sampe, B. N. H., Warrouw, D. M., dan Sondakh, M. (2018). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Acta Diurna Komunikasi, 7(4).

Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. CoverAge: Journal of Strategic Communication, 10(1), 46-53.

Setiawati, M., dan Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh promosi dan kemasan terhadap keputusan pembelian produk chitato yang dimediasi oleh brand awareness. Manajemen Bisnis Kompetensi.

Setyo, P. E (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen best autoworks. Junal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 1(6), 755-764.

Sholihat, A., dan Rumyeni, R. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie (Doctoral dissertation, Riau University).

Sriani, I., Tamsah, H., dan Betan, A. (2019). Pengaruh Citra Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pasien JKN Di Puskesmas Caile Kabupaten Bulukumba. Yume: Journal of Management, 2(2).

Wang, W. T., Ou, W. M., dan Chen, W. Y. (2019). The impact of inertia and user satisfaction on the continuance intentions to use mobile communication applications: A mobile service quality perspective. International Journal of Information Management, 44, 178-193.

Widiantari, K. S., dan Herdiyanto, Y. K. (2013). Perbedaan intensitas komunikasi melalui jejaring sosial antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert pada

remaja. Jurnal Psikologi Udayana, 1(1), 106-155.

Widyatama, G. W., Chelliah, S., Kai, Y., Yingxing, Y., Tien, Y. C., Mey, W. C., dan Sin, L. G. (2020). Grab marketing strategy, research & development. International journal of Tourism and hospitality in Asia Pasific (IJTHAP), 3(2), 97-104.

Wijaya, R. (2018). Pengaruh kualitas layanan harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan grab-food (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Yunita, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt. Grab Indonesia Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Zhao, L., Lu, Y., Zhang, L., dan Chau, P. Y. K. (2012). Assessing the effects of service quality and justice on customer satisfaction and the continuance intention of mobile value added services: An empirical test of a multidimensional model. Decision Support Systems, 52(3), 645–656.

Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama	: Aggita Desvia Wardani
Tempat/ Tgl Lahir	: Sukabumi, 14 Maret 2000
Alamat Rumah	: Kp. Cisaat RT/RW. 03/01. Kecamatan Cicurug Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat
No. Telepon/ HP	: 0838-9685-4059

PENDIDIKAN

2004 – 2006	: TK Ass-Samiroh Cicurug
2006 – 2012	: SD Negeri 2 Cisaat
2012 – 2015	: SMP Negeri 3 Cicurug
2015 – 2018	: SMAIT Mahmudiyyah Cicurug
2018 – Sekarang	: Universitas Djuanda Bogor

PENGALAMAN ORGANISASI

2019 – 2020	: Anggota Divisi INFOKOM Himpunan Mahasiswa Komunikasi UNIDA BOGOR
2020 – 2021	: Sekretaris Divisi HRD Lingkar Studi Pers (LSP) UNIDA Bogor
2020 – 2021	: Sekretaris Umum Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) FISIP UNIDA Bogor
2021 – 2022	: Koordinator Divisi HRD Lingkar Studi Pers (LSP) UNIDA Bogor